



LAUREA

AMMATTIKORKEAKOULU

Yhdessä enemmän

Informaatiomuotoilu osana päättöksentekoa

EU-kaupan arvonlisäveron ulkomaalaispalautukset

Pia Roth

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Informaatiomuotoilu osana päätöksentekoa
EU-kaupan arvonlisäveron
ulkomaalaispalautukset

Pia Roth

YAMK Päätöksenteon ilmiöt johtamisessa, kehittämisessä ja asiakaspalvelutyössä
Opinnäytetyö
Elokuu, 2018

Pia Roth

Informaatiomuotoilu osana päätöksentekoa. Case: EU-kaupan arvonlisäveron ulkomaalaispalautus

Vuosi 2018

Sivumäärä 101

Opinnäytetyössä Informaatiomuotoilu osana päätöksentekoa tarkastellaan koko arvonlisän ulkomaalaispalautusprosessia EU-kaupassa pk-yrityksen näkökulmasta. Opinnäytetyön tavoite oli selvittää palautusprosessin osatekijöitä, jotka vaikuttavat hakijan päätökseen hakea palautusta tai luopua siitä prosessin eri vaiheissa. Opinnäytetyön kehittämistyön tuloksena luotiin prosessikuvaus, joka auttaa hahmottamaan koko hakuprosessin eri vaiheet, kestot ja vastuut, näin auttaen hakijan päätöksentekoa. Opinnäytetyö tehtiin Suomen Verohallinnon toimeksiantona.

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemista haluttiin yksinkertaistaa muuttamalla se sähköiseksi EU:n jäsenmaiden kesken vuonna 2010. Muutoksen yhteydessä jäsenmaille jäi laajat oikeudet päättää maakohtaisista säännöistä ja käytännöistä. Tämän vuoksi hakuprosessia pidetään vaikeana ja yhtenä syynä miksi suomalaisilta yrityksiltä jää hakematta palautuksia miljoonia euroja vuodessa.

Opinnäytetyön viitekehyksessä tarkasteltiin, miten arvonlisäveron ulkomaalaispalautusprosessi on määritelty EU-direktiiveissä ja miten käyttäytymistaloustieteen päätöksenteon ilmiöt peilaavat hakuprosessin eri vaiheisiin. Erityisessä tarkastelussa olivat rahan ja ajan merkitys osana päätöksentekoa. Informaatiomuotoilun teoriaa tarkasteltiin prosessin kuvauksen näkökulmasta. Kvalitatiivisen tutkimuksen empiirinen osuus koostui ideointityöpajasta sekä yrittäjien ja kirjanpitäjien teemahaastatteluista.

Kehittämistehtävässä luotiin prosessikuvaus arvonlisäveron ulkomaalaishausta informaatiomuotoilun keinoin. Kuvaus pohjaa päätöksentekoa helpottavaan tuuppaustoimenpiteeseen, jossa prosessin eri vaiheet ovat selkeästi nähtävillä. Kuvauksen tavoite oli tiivistää oleellinen tieto nopeasti hahmotettavaksi kokonaisuudeksi ja näin auttaa hakijaa paremmin ymmärtämään prosessin eri vaiheet, kestot ja vastuutahot.

Tulosten perusteella arvonlisäveron ulkomaalaispalautusprosessia pidetään yleisesti ottaen melko vaivattomana. Kuitenkin hakuprosessin manuaalinen työ ja maakohtaiset erot ovat työllistäviä ja vaikeuttavat prosessia, mitkä vaikuttavat pienten rahasummien hakuun. Suurimmat haasteet hakijalle syntyvät kohdemaan lisäselvityspyynnöistä ja kielivaatimuksista. Vaikka lisäselvityspyynnöjä on suhteellisesti melko vähän, voivat niiden haasteet vaikuttaa kielteisesti tulevaisuuden palautushakupäätöksiin. Tulosten mukaan arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta huonosti tuntevalle oli aiheesta jaetun tiedon omaksumisessa ja jäsentämisessä vaikeuksia. Kehittämistehtävän prosessikuvaus on luotu helpottamaan tätä ongelmaa.

Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää erityisesti tilanteissa missä on tarvetta tiivistäen ja visuaalisesti jakaa tietoa arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessista EU-kaupassa, minkä vuoksi tuloksia voivat hyödyntää muutkin tahot kuin tilaajaorganisaatio.

Asiasanat: käyttäytymistaloustiede, informaatiomuotoilu, arvonlisävero, arvonlisäveron ulkomaalaispalautus

Degree Programme in Behavioral Insights in Business
Applications
Master's Thesis

Pia Roth

Information Design in Decision-making. Case: VAT refund process in EU trade

Year	2018	Pages	101
------	------	-------	-----

The thesis discusses the entire VAT refund process in EU trade from an SME's point of view. The purpose of the thesis was to find out the elements of the VAT refund process that may affect the applicant's decision of applying for a refund or to abandon it at various stages of the process. The product of the thesis, a process visualization was created that helps to identify the different phases and duration of the application process, as well as responsibilities, thus helping the applicant's decision-making. The thesis was commissioned by the Finnish Tax Administration.

An electronic VAT refund process was introduced among EU member states in 2010 to simplify the application process. The Member States were left with extensive rights to decide on country-specific rules and practices. Therefore, the VAT refund process is considered difficult and one of the reasons there are millions of euros left to be reclaimed by Finnish companies in VAT refunds.

The purpose of the thesis was to examine how the VAT refund process is defined in the EU directives and how the behavioral insights of behavioral economics mirror the phases of the VAT refund process. The focus was in the importance of money and time as part of the decision-making process. The theory of information design was considered from the point of view of the process description. The empirical part of qualitative research consisted of a workshop for ideas and theme interviews for entrepreneurs and accountants.

In the development task, a visualization of the VAT refund process was created by means of information design. The description is based on facilitating nudge intervention in decision-making, where the various stages of the process are clearly visible. The aim of the visualization was to summarize the essential information into a perceivable entity and thus help the applicant to understand better the various stages, durations and responsibilities of the process.

Based on the results, the VAT refund process is generally regarded as relatively easy. However, the manual work and country-specific differences make the application process laborious and difficult, which affects the application of small sums of money. The biggest challenges for the applicant arise from additional requests for clarification and language requirements. Again, even though these additional clarification requests are rare, their challenges may have a negative impact on decision-making regarding future applications. According to the results, the lack of knowledge of the VAT refund in general was a problem in adopting and structuring the shared knowledge. The VAT refund process visualization has been created to facilitate this problem.

The results of the thesis can be utilized especially in situations where there is a need to summarize and visually share information on the VAT refund process in the EU trade, which makes it possible also for organizations other than the principal to utilize the results.

Keywords: behavioral economics, information design, VAT, VAT refund

Sisällys

1	Johdanto	7
1.1	Opinnäytetyön tausta	7
1.2	Opinnäytetyön tavoite ja rajaus	8
1.3	Keskeiset käsitteet ja viitekehys.....	9
1.4	Tutkimuskysymys.....	10
2	Arvonlisävero	11
2.1	Arvonlisäveron yleiset periaatteet.....	12
2.2	Arvonlisävero EU-kaupassa	13
3	Arvonlisäveron ulkomaalaispalautus	13
3.1	Arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen yleiset periaatteet	14
3.1.1	Laskutiedot ja maakoodit arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksissa	16
3.1.2	ALVEU-palvelusta lyhyesti	17
3.2	Tiedon etsiminen arvonlisäveron ulkomaalaispalautusmenettelystä	17
3.3	Erot EU-maiden välillä arvonlisäveron ulkomaalaispalautusmenettelyissä	18
3.4	EU-maiden verovirastojen vastuunjako ja hakemuksen käsittelyt	19
4	Käyttäytymistaloustiede	21
4.1	Rahan käsite päätöksenteossa	24
4.2	Ajan käsite päätöksenteossa	28
5	Informaatiomuotoilu	32
5.1	Informaatiomuotoilu tiedon välittämisen keinona	34
5.2	Näköhavainnon toiminnasta	35
5.3	Teksti ja typografia.....	40
5.4	Värin merkitys	43
5.5	Verkostomallit informaatiomuotoilun lajityyppinä	44
6	Käyttäytymistieteen ja informaatiomuotoilun keinot hakuprosessissa	44
7	Kehittämisprosessi	50
7.1	Kehittämistutkimus	50
7.2	Tutkimusmenetelmä.....	50
7.2.1	Kvalitatiivinen tutkimus.....	50
7.2.2	Teemahaastattelu.....	51
7.2.3	Työpajan fasilitointi	52
7.3	Aineiston analysointi	53
8	Tutkimuksen eteneminen ja tuloksia	54
8.1	Taustatiedon keruu	54
8.1.1	Ensimmäinen Verohallinnon järjestämä työpaja	54
8.1.2	Toinen Verohallinnon järjestämä työpaja	56

8.1.3	Palvelumuotoilukurssin yrittäjähaastattelut	57
8.2	Ideointityöpajan tuloksia	58
8.3	Teemahaastattelujen tuloksia	64
8.3.1	Haastateltavien taustaa ja esittely	65
8.3.2	Yleisesti arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessista.....	65
8.3.3	Tietämys arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessista	66
8.3.4	Kirjanpitäjien asiakkaat ja palkkiot	67
8.3.5	Hakemuksen kuitit	68
8.3.6	Palautussumman merkitys	69
8.3.7	Aika hakuprosessissa.....	70
8.3.8	Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessin haasteet	71
8.3.9	Maakohtaisia haasteita.....	72
8.3.10	Suomen Verohallinto ja ALVEU-palvelu hakuprosessissa	74
8.3.11	Haastateltavien kehittämistoiveita	75
8.4	Teemahaastattelujen aineiston analysointi	76
9	Opinnäytetyön tutkimustulokset ja kehittämistyö	77
9.1	Tutkimustulosten yhteenveto.....	77
9.2	Arvonlisäveron ulkomaalaishaun prosessikaavio hakijan näkökulmasta	79
10	Johtopäätökset	82
	Lähteet	88
	Kuviot	97
	Liitteet.....	98

1 Johdanto

Arvonlisäveron keskeinen lähtökohta on, että arvonlisäveroa kerätään tuotteista ja palveluista kuluttajilta yhdenkertaisesti eikä sitä kerry kuluttajan maksamaan hintaan tuotantoketjun aiemmissa vaiheissa. Tämän vuoksi arvonlisäveroa ei kuulu periä yritysten välisessä, Business-to-Business (B-to-B), kaupassa. Jos kuitenkin yrittäjä maksaa jostain syystä arvonlisäveroa, on hän oikeutettu vähennyksiin. Tähän oikeuteen liittyy opinnäytetyön aiheena oleva arvonlisäveron ulkomaalaispalautus Euroopan Unionin (EU)-maista.

EU-maiden siirryttyä käyttämään sähköistä arvonlisäveron palautusjärjestelmää, oli sen tarkoituksena tehdä palautushakemisesta vaivatonta aiemman paperisen hakemusjärjestelmän sijaan. EU-direktiivit määrittelevät arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen toisista EU-maista. Direktiivit rajaavat viitekehyksen, miten palautusta voidaan hakea, mutta samalla ne antavat EU:n jäsenmaille paljon vapauksia, joiden vuoksi palautushakemiseen liittyvät vaatimukset voivat poiketa merkittäväällä tavalla eri jäsenmaiden kesken. Tämä voi johtaa yrittäjien oikeuksien heikkenemiseen ja ristiriitaan arvonlisäveron ulkomaalaispalautusdirektiivin tavoitteiden kanssa.

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemisen vaikeutta pidetään syynä minkä vuoksi palautuksia jää yrittäjiltä hakematta. Kuitenkaan aihetta ei ole aiemmin tutkittu, eikä tarkasteltu päätöksenteon näkökulmasta. Opinnäytetyö pyrkii vastaamaan kysymykseen mitä yrittäjät ja palautuksia hakevat pitävät haasteellisena palautushakemisessa ja voivatko syyt selittää miksi palautuksia jää yrittäjiltä hakematta. Opinnäytetyön aiheella on merkitystä, koska selvittämällä palautushakemiseen liittyvät esteet, voidaan yrittäjien palautushakemisen päätöksentekoa helpottaa ja näin saada yrittäjille kuuluvat ulkomailla olevat arvonlisäverorahat yrityksen käyttöön.

1.1 Opinnäytetyön tausta

Opinnäyte tehdään Verohallinnon toimeksiantona. Verohallinnossa on herännyt tarve tehdä arvonlisäverotusta tutuksi yrittäjille. Tähän liittyen myös arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemista haluttiin tarkastella tarkemmin ja pyrkiä lisäämään yrittäjien tietoisuutta tästä vaihtoehdosta. Vaikka moni yrittäjä on ulkoistanut kirjanpidolliset työt, kuten arvonlisäilmoituksen ja arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemisen, niin yrittäjän tulisi myös itse tuntea arvonlisävero ja siihen liittyvät velvoitteet. Eräänä konkreettisena syynä on yrittäjän vastuu yrityksensä asioista esimerkiksi tilitoimiston suorittamien toimintojen osalta.

Verohallinnon visioon kuuluvat muun muassa toiminnan luotettavuus ja yhdenmukaisuus sekä asiakkaiden tietoisuus Verohallinnon palveluista. Tämän vuoksi Verohallinto on määritellyt strategiakseen toimintojen joustavan kehittämisen ja uudistumisen. Verohallinnon Valmis-

hankkeen tavoitteena on siirtää ja uudistaa kaikki Verohallinnon sähköiset palvelut uuteen veropalveluun, OmaVeroon. OmaVeroa on otettu asteittain käyttöön vuodesta 2016. Se tulee lopulta kattamaan yritysasiakkaiden lisäksi myös henkilöasiakkaat. (Verohallinto 2015; Verohallinto 2016.)

EU:n sisäinen arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakeminen muuttui joiltain osin selkeämmäksi sähköisen hakemusprosessin myötä vuonna 2010. Suomessa on käytössä Verohallinnon ylläpitämä sähköinen ALVEU-palvelu (Verohallinto 2018). Sähköisestä prosessista huolimatta suomalaisilta yrityksiltä jää arvonlisäverorahoja hakematta miljoonien eurojen edestä (Intrum Justitia 2016). ALVEU-palvelu on kuitenkin lisännyt rahojen palautushakemista, sillä ennen ALVEU-palvelun käyttöönottoa puhuttiin kymmenistä miljoonista hakemattomista euroista (Print&Media 2009; Niemi 2006). Hakuprosessi on silti vieläkin joiltain osin käyttäjälle haasteellinen ja vaikeaselkoinen.

Arvonlisäveron palautushakemisen konkreettiset haasteet tuo esille Nikkilän (2014) pro gradu -työ, jossa hän vertailee hakuprosessia ennen ja jälkeen sähköistä ALVEU-järjestelmää. Vaikka muutos sähköiseen järjestelmään poisti alkuperäisten kuittien ja maakohtaisten lomakkeiden lähettämisen, haasteita silti jäi. Vaikeudet johtuvat erityisesti maakohtaisista säännöistä ja vaatimuksista sekä EU:n kykenemättömyydestä yhdenmukaistaa prosessia tavoitteestaan huolimatta. Jos sähköisen järjestelmän luominen ja käyttöönotto kesti kymmenen vuotta, ei voida olettaa, että parannusmuutoksia nykyjärjestelmään tulee tapahtumaan lähiaikoina. Tämä tarkoittaa myös sitä, että saadakseen arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia on yrittäjien etsittävä itselleen toimivimmat ratkaisut palautusrahojen saamiseksi. Suomen Verohallinnon valtuudet vaikuttaa hakuprosessiin jäävät suomalaisten yritysten osalta ALVEU-palvelun toimivuuden ylläpitoon ja sen käytön neuvontaan. Käyttäytymistaloustieteen kannalta onkin mielenkiintoista tutkia mitkä seikat nykyisessä hakuprosessissa vaikuttavat päätökseen tehdä tai jättää tekemättä arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaku.

1.2 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella arvonlisäveron ulkomaalaispalautusprosessia käyttäytymistaloustieteen ja informaatiomuotoilun näkökulmista. Käyttäytymistaloustieteen menetelmillä pyritään muokkaamaan kontekstia, jossa ihmisten toimii ja tekee valintoja, kun taas informaatiomuotoilu tekee tietoa näkyväksi visuaalisin keinoin.

Opinnäytetyö rajataan suomalaisiin pieniin ja keskisuuriin (pk) -yrityksiin, jotka hakevat arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta toisista EU-maista ALVEU-palvelun kautta. Tämä sulkee opinnäytetyön ulkopuolelle yritykset, joiden kotipaikka on Ahvenanmaa, sillä Ahvenanmaa ei kuulu EU:n arvonlisäveroalueeseen. Ahvenanmaalainen yritys hakee palautusta samoin kuin EU:n ulkopuoliset yritykset. (Verohallinto 2013.) Opinnäytetyön ulkopuolelle rajataan myös

yritykset, joiden päätoimialaan kuuluu arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakeminen asiakkaan toimeksiantona. Näillä yrityksillä ovat resurssit, sisäiset järjestelmät ja hakuprosessit, joilla hakeminen on saatu tehokkaaksi. Rajaamalla nämä yritykset opinnäytetyön ulkopuolelle, on mahdollista hahmottaa tarkemmin hakuprosessiin ja hakemispäätökseen liittyvät haasteet käyttäytymistaloustieteen näkökulmasta. Opinnäytetyössä käsitellään arvonlisäveroa siinä määrin, miten sen on tutkija kokenut tarpeelliseksi yleisen ymmärryksen luomiseksi arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessista.

Verohallinnon kaikki sähköiset palvelut ovat muutosten edessä, joten ALVEU-palvelun nykysisältöä ja toimivuutta ei lähdetä avaamaan tässä opinnäytetyössä tarkemmin. Tarkastelun kohteena ovat kuitenkin ne säännöt ja määräykset joita EU-direktiivit ja EU:n jäsenvaltiot ovat asettaneet arvonlisäveron ulkomaalaispalautukselle ja mitä sen vuoksi ALVEU-palvelussa vaaditaan. Tämä tarkoittaa tietoa, osaamista ja materiaalia hyväksytylle hakemukselle. Opinnäytetyössä ei kuitenkaan tarkastella maakohtaisia sääntöjä muuten kuin yleisellä tasolla, ellei tarkempaa maakohtaista tarkastelua ole nähty tarpeelliseksi joiltain osin. On myös huomioitavaa, että Suomen Verohallinto vastaa suomalaisten yritysten hakemusten eteenpäin lähettämisestä ja ALVEU-palvelun toimivuudesta, mutta lopulliset päätökset palautuksista ja niihin liittyvistä vaatimuksista ovat kohdemaan vastuulla.

Opinnäytetyön tavoitteena on tehdä näkyväksi hakuprosessin päätöksenteon käytännön haasteita ja kipukohtia, jotka vaikuttavat palautusten saamiseen. Opinnäytetyö pyrkii helpottamaan erityisesti uuden yrittäjän päätöksentekoa hakuprosessiin ryhtymisestä ja sen eri vaiheissa sekä auttaa hahmottamaan prosessi kokonaisuudessaan, luomalla visuaalisen mallin koko hakuprosessista.

1.3 Keskeiset käsitteet ja viitekehys

Opinnäytetyössä tarkastellaan arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaun tekemiseen liittyvää päätöksentekoprosessia käyttäytymistaloustieteen ja informaatiomuotoilun näkökulmista. Tämän opinnäytetyön osalta keskeisinä käyttäytymistaloustieteen päätösprosessin näkökulmina ovat aika ja raha, ja miten ne ymmärretään hakuprosessissa. Nämä kaksi seikkaa limittyvät toisiinsa keskeisesti erityisesti tehtäessä päätöstä arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemisesta. Varsinkin uudelle yrittäjälle ajan ja rahan erilaiset arvopainotukset vaikuttavat lopulliseen päätökseen hakemuksen jättämisestä. Päätökseen liittyvät myös mielikuvat ja ymmärrys itse prosessista ja eri tahojen vastuista prosessin eri vaiheissa.

Tuuppaus on käyttäytymistaloustieteen keino ohjata ja helpottaa ihmisen päätöksentekoa. Ihmisen toimintaa pyritään muuttamaan ennustettavaan suuntaan tuuppauksen avulla ilman pakkoa, kieltoja tai merkittäviä olosuhteiden muutoksia. Tuuppaus pyrkii ylläpitämään ihmisen valinnanvapautta, kuitenkin samalla tavoitellen ihmisen elämän helpottamista, yksinkertaistamista ja muuttamista turvallisemmaksi. (Thaler & Sunstein 2008, 4-5; Sunstein 2014.)

Informaatiomuotoilu määritellään tiedon esittämiseksi sellaisessa muodossa, joka soveltuu hyvin ihmisen käytettäväksi. Informaatiomuotoilussa korostuu visuaalisen esitysasun muotoilu. Kirjallisessa tai taulukkomuodossa esitetyn tiedon selkeä esittäminen kuuluu informaatiomuotoilun piiriin. (Koponen, Hildén & Vapaasalo 2016, 19.) Informaatiomuotoilu käsittää infografiikan ja visualisoinnin.



Kuvio 1: Tutkimuksellinen viitekehys

Infografiikka on selittävä (explanatory), viestintää tukeva grafiikka. Se välittää tietoa ihmiseltä toiselle. Infografiikka yleensä kuvaa numerotietoja, mutta se voi kuvata myös laadullista tietoa, kuten tapahtumakulkuja ja toimintaperiaatteita. (Koponen ym. 2016, 20.)

Visualisointi on tutkimuksellinen (exploratory), aineistosta uusia piirteitä kertova grafiikka. Visualisointi toimii työkaluna uuden tiedon löytämiseen, eikä se ole yksinomaan tiedonvälitystä. (Koponen ym. 2016, 21.) Visualisointi (visualisoiminen) voidaan ymmärtää myös laajemmin kuvaamaan prosessia, jossa tieto muutetaan visuaaliseen muotoon. Visualisointi voi kuvata myös prosessin lopputulosta. (Koponen ym. 2016 23.)

Opinnäytetyössä kohdetaan ymmärretään arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessissa EU:n jäsenmaana, josta palautusta haetaan. Viranomaisesta, joka kohdemaassa käsittelee palautushakemuksia, käytetään veroviranomainen -nimitystä erotuksena Suomen Verohallintoon.

1.4 Tutkimuskysymys

Nikkilän (2014) pro gradu -tutkimuksessa on tuotu esille sähköisen hakuprosessin haasteita ja kuvattu sen vaikeutta. Kuitenkin näistä haasteista huolimatta suomalaiset yritykset hakevat

arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia, vaikka julkisuudessa korostetaan hakematta jääneitä määriä. Mitkä seikat ovat määrittäneet, että yritykset ovat päätyneet hakemaan palautuksia ja onko havaittavissa joitain päätöksenteon ilmiöitä jotka toistuvat palautushakupäätöksessä? Onko mahdollista tutkimuksesta saatua tietoa soveltaa niihin yrityksiin, jotka eivät hae ulkomaalaispalautuksia.

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautusten hakeminen on vapaaehtoista, eikä siihen voida ketään velvoittaa. Perusteena palautusten hakemiseen ovat yrityksen ja yrittäjän sisäiset vaikuttimet ja motivaatiot. Osaltaan hakemiseen vaikuttaa tiedetäänkö mahdollisuudesta saada palautuksia. Koska aiempaa tutkimusta ei ole tehty hakijoiden päätöksen perusteista arvonlisäveron ulkomaalaispalautukseen, on tärkeää pyrkiä löytämään tähän vastaus. Tähän pohjautuen, tutkimusongelmiksi ovat muotoutuneet:

- Mitkä tekijät määrittävät sen, että arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta haetaan?
- Mitkä tekijät vaikuttavat siihen, että arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta ei haeta? Voidaanko näihin tekijöihin vaikuttaa käyttäytymistaloustieteen keinoin?

2 Arvonlisävero

Arvonlisävero on käytössä kaikissa EU:n jäsenmaissa. Kukin valtio päättää itsenäisesti sovelta-
mastaan arvonlisäverokannasta. EU on kuitenkin määritellyt yleisen verokannan vähimmäis-
määräksi 15 %. Lisäksi on käytössä alennettu verokanta, jota käytetään rajattuun joukkoon
tavaroita ja palveluita. Alennetun verokannan tulee olla vähintään 5 %. Edellä mainittujen ve-
rokantojen lisäksi on olemassa erityisiä verokantoja, jotka suunniteltiin siirtymäjärjestelyiksi.
Niiden oli tarkoitus poistua EU:n sisämarkkinoiden voimaan astuessa 1.1.1993. (Europa.eu
2018.)

Erityisiä verokantoja ovat poikkeuksellisen alhainen verokanta, joka on alle 5 %, nollavero-
kanta, jossa arvonlisäveroa ei peritä lainkaan kuluttajalta ja jossa yritys voi myös vähentää
liiketoimiinsa välittömästi liittyvän arvonlisäveron, sekä siirtymäkauden verokanta. Siirtymä-
kauden verokanta käsittää tietyt tavarat ja palvelut joihin jotkin EU-maat sovelsivat alennet-
tua verokantaa 1.1.1991, mutta jotka eivät kuulu alennetun verokannan piiriin. Näissä maissa
voitiin jatkaa alennetun verokannan soveltamista yleisen verokannan sijasta tiettyihin tava-
roihiin ja palveluihin kuitenkin edellyttäen, että verokanta on vähintään 12 %. (Europa.eu
2018.) Liitteessä 1 on nähtävissä EU:n jäsenmaiden verokannat huhtikuussa 2018.

2.1 Arvonlisäveron yleiset periaatteet

Suomen verojärjestelmä jakautuu karkeasti tulo- ja kulutusveroihin. Arvonlisävero (alv) kuuluu kulutusveroihin, jota maksetaan nimensä mukaisesti, kulutuksen perusteella. Arvonlisävero on myös välillinen vero. Se peritään kuluttajalta lisäämällä arvonlisävero tavarán tai palvelun myyntihintaan. Myyjä tilittää keräämänsä arvonlisäveron valtiolle. Se on siis periaatteessa välikulkuera yritykselle. (Verohallinto 2017; Hyttinen & Klemola 2014, 15; Sirpoma & Tannila 2014, 19; Verotieto 2018, 121.)

Arvonlisäveroa maksetaan jokaisessa vaihdannan vaiheessa. Kuitenkin veron kertaantumisen välttämiseksi, on säädetty laaja ostovähennysoikeus. Näin kuluttajalle jää maksettavaksi vain ostamansa tuotteen tai palvelun arvonlisävero. Verovelvollinen vähentää ostohintaan sisältyneen arvonlisäveron hankkiessaan tavarán tai palvelun arvonlisäverollista liiketoimintaa varten. Vähennyksen edellytyksenä kuitenkin on, että molemmat, myyjä ja ostaja, ovat arvonlisäverovelvollisia. (Verohallinto 2017; Hyttinen ym. 2014, 15; Sirpoma ym. 2014, 19; Verotieto 2018, 121-122.)

Arvonlisäverovelvollisia ovat kaikki, jotka harjoittavat liiketoiminnan muodossa tavaroiden tai palveluiden myyntiä, vuokrausta tai niihin rinnastettavaa toimintaa (Verohallinto 2013). Arvonlisäverovelvollisuuden raja Suomessa on 10 000 euron liikevaihto tilikaudessa. On kuitenkin mahdollista hakeutua verovelvolliseksi, vaikkei liikevaihto ylittäisi 10 000 euroa. Lisäksi Verohallinto voi merkitä yrityksen verovelvolliseksi, jos katsoo yrityksen harjoittavan arvonlisäverollista toimintaa. (Verotieto 2018, 126-127.) Arvonlisäverovelvolliseksi ilmoittaudutaan perustamis- ja muutosilmoituksella. Päivä määräytyy sen mukaan, jolloin verollinen toiminta on alkanut tai jolloin tavaroita ja palveluita on ryhdytty hankkimaan verollista toimintaa varten. (Verotieto 2018, 126.)

Tavaroiden ja palveluiden myynnit ovat pääsääntöisesti arvonlisäverollista toimintaa. Siinä missä tavarat on määritelty aineellisiksi esineiksi verotuksessa, palvelut tarkoittavat kaikkea muuta mitä voidaan myydä liiketoiminnassa. Tavaroiissa voi olla nollaverokantaisia tavaroita ja palvelut voivat kuulua verotuksen ulkopuolelle tai kuulua alempaan verokantaan. Nollakan- taisten tavaroiden myynti on verotonta ja niiden valmistusta ja myyntiä varten tehnyt ostot ovat vähennyskelpoisia. Verotuksen ulkopuolelle kuuluvat palvelut eivät oikeuta myyjää ostovähennyksiin. Palveluiden tuottamiseen tehtävät hankinnat ovat verollisia. Verottomia palveluita ovat pitkälti sellaiset palvelut jotka ovat laissa säädettyjä tai viranomaisten valvonnassa ja joita tuetaan julkisista varoista. Näitä ovat esimerkiksi terveyden- ja sairaanhoito sekä sosiaalihuolto. (Verotieto 2018, 122-123.)

2.2 Arvonlisävero EU-kaupassa

Arvonlisäverojärjestelmää sovelletaan kaikissa EU:n jäsenvaltioissa, poikkeuksena sen ulkopuolelle sovitusti jääneet alueet, kuten Suomessa Ahvenanmaa. EU-kaupan säännökset koskevat yrityksiä silloin, kun liiketoimet tapahtuvat kokonaan tai osittain EU:n alueella. (Hytinen ym. 2014, 16-17.) Tavarat voidaan myydä EU:n sisämarkkina-alueella verotta, mutta ne verotetaan määränpäämaan mukaisesti.

Arvonlisävero mielletään vaikeaksi, mutta erityisesti kansainvälinen arvonlisävero mielletään haasteelliseksi jopa sitä käsittelevässä kirjallisuudessa. Pitkälti kansainvälisen arvonlisäveron vaikeus on sen tulkinnanvaraisuudessa ja vaikeaselkoisuudessa. (Hakapää, Huhtala, Johansson, Lindholm & Paavolainen 2016, 17; Hyttinen ym. 2014, 13; Äärilä, Nyrhinen, Hyttinen & Lamppu 2017, 5.)

Huhtikuussa 2016 Euroopan komissio julkaisi arvonlisäveron toimintasuunnitelman (VAT Action Plan), jonka tarkoituksena on etsiä ratkaisuja arvonlisäverojärjestelmän yksinkertaistamiseksi, petosten torjumiseksi ja yritystoiminnan helpottamiseksi. Toimintasuunnitelman toteutuminen edellyttää kaikkien jäsenvaltioiden yksimielistä hyväksyntää arvonlisäverodirektiivin muuttamiseksi. (Äärilä ym. 2017, 27-30.)

3 Arvonlisäveron ulkomaalaispalautus

Suomalaisilta yrityksiltä jää vuosittain hakematta arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta. Tämä koskettaa varsinkin yrityksiä, joiden työntekijät matkustavat EU:n alueella. On mahdollista, että hakemattomuuteen liittyy tietämättömyys palautusmahdollisuudesta tai väärinkäsitykset arvonlisäverovelvoitteiden muodostumisen edellytyksistä toiseen EU-maahan. Yleensä kuitenkin arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemus koetaan hankalaksi tehdä. Hankaluutta luo kunkin jäsenvaltion oikeus itse päättää ulkomaalaispalautusvaatimuksista. Jäsenmaissa ovat toisistaan poikkeavat lainsäädännöt ja viranomaiskäytännöt. Joissain maissa edellytetään, että kommunikointi tapahtuu maan kielellä. Näiden syiden vuoksi hakuprosessi sitoo paljon yrityksen resursseja. (Cashback 2018; Intrum 2016; Talousplus 2017; Kuljetus & Logistiikka 2011; Hyttinen ym. 2014, 13.)

Palautusta voi hakea itse tai käyttää edustajaa. Koko prosessin voi myös ostaa palveluna. Koska palautushakuprosessi sitoo yrityksen resursseja tai palvelun ostokuluja, tulee tarkoin miettiä minkälaisia summia yrityksen kannattaa lähteä hakemaan ja jopa mistä maasta. Eritäin pienien summien hakeminen voidaan kokea ostopalveluna kalliiksi, mutta myös liiallisiksi omille resursseille.

Suomalaiset yritykset tekevät vuosittain noin 6 200 arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemusta. Hakemuskäärät ovat hieman nousseet vuoden aikana. Vuonna 2016 hakemuksia tehtiin 6 199 kappaletta ja vuonna 2017 6 288 kappaletta. (Verohallinnon asiantuntija A 2018.)

Tarkempaa tietoa hakemuksista, hakusummista, kohdemaan hyväksymistä tai hylkäämistä hakemuksista ei Suomen Verohallinnolla ole. Tämän vuoksi ei voida tarkalleen sanoa, onko osa hakemattomista palautuksista kohdemaan hylkäämiä hakemuksia, eikä yksinomaan hakematta jääneitä palautuksia.

Palautushakemuksen jättämättä tekeminen tarkoittaa, että nämä varat jäävät ulkomaiselle verottajalle sen sijaan, että yritys voisi hyödyntää niitä omassa kassavirrassaan. Eräs ulkomaalaispalautuksia tekevä yritys kertoo, että palautushaku on kannattavaa, mikäli palautussumma on tuhat euroa vuodessa. (Intrum Justitia 2016; Talousplus 2017). Summa on suuri, kun ottaa huomioon, että alhaisin vuosikohtainen palautussumma on ollut vuodesta 2010 alkaen 50 euroa. Tässä voi vaikuttaa se, että haku on yrityksille liiketoimintaa, eikä 50 euron hakeminen ole heille kannattavaa. Mutta se voi antaa kuvaa yritysten palkkioista ja hakuprosessin vaikeudesta. Summassa on todennäköisesti huomioitu asiakkaalle jäävän nettosumman suuruus palkkiovähennysten jälkeen. Asiakas tuskin olisi mielissään, jos maksettava palkkio olisi suurempi kuin palautussumma.

Suomessa toimii joitakin yrityksiä, jotka tekevät arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia palkkiota vastaan. He pystyvät hyödyntämään kansainvälisiä yhteyksiään hakuprosessin ongelmassa. He ovat myös luoneet hakuun omat järjestelmänsä ja toimintamallinsa, jotka ovat suoriin vaivastaneet hakuprosessia. Näihin ei kuitenkaan pk-yrityksillä ole resursseja.

3.1 Arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen yleiset periaatteet

Suomalainen yritys voi hakea toisessa EU-maassa maksamiaan arvonlisäveroja takaisin tuotteista ja palveluista, jotka on hankittu liiketoimintaa varten. Ulkomaalaispalautuksen saaminen edellyttää tiettyjen ehtojen täyttymistä. Suomalaisen yrityksen on oltava Suomessa arvonlisävelvollinen, muttei siinä maassa mistä palautusta haetaan. Yrityksellä ei saa olla myöskään kiinteää toimipaikkaa kyseisessä maassa. Toisin sanoen, palautusta haetaan sellaisista liiketoimintaan liittyvistä palveluista ja tuotteista, joista yritys tulisi kohdemaassa toimiesaan verovelvolliseksi tai olisi oikeutettu arvonlisäveron palautukseen. (Verohallinto 2013; Verotieto 2018, 135.)

Arvonlisäveron palautusta voidaan hakea hankinnoista jotka liittyvät yrityksen harjoittamaan verottomien kuljetuspalveluiden ja niiden liitännäispalveluiden myyntiin kyseisessä EU-valtiossa. Myös käänteisen verovelvollisuuden piiriin kuuluvien tavaroiden ja palveluiden myyntiin liittyvät hankinnat kyseisessä EU-valtiossa oikeuttaa arvonlisäveron ulkomaalaispalautukseen. (Verohallinto 2013; Verotieto 2018, 134-135.) Esimerkiksi messumatkalla käytetyt taksimatkat ja hotellilaskut kuuluvat palautuksen piiriin.

Ulkomaalaispalautusta haetaan Verohallinnon ylläpitämän sähköisen ALVEU-palvelun kautta, eikä paperista hakemusta ole EU-maiden välisessä palautuksessa käytössä. (Verohallinto 2013;

Verotieto 2018, 134-135.) Ulkomaalaispalautusmenettely muuttui 2008/9/EY direktiivin mukaisesti sähköiseksi EU:n jäsenmaiden kesken 1.1.2010 alkaen (Edilex 2010).

Ulkomaalaispalautusta on haettava viimeistään yhdeksän kuukauden kuluessa sen kalenterivuoden päättymisestä, jota hakemus koskee eli 30.9. mennessä. Pienin palautettava summa on 50 euroa. Palautusta haetaan tuolloin kalenterivuoden ajalta (1.1.-31.12.). On myös mahdollista hakea palautusta neljännesvuosittain kuluvaan vuoden aikana, mutta tuolloin palautettavan summan on oltava vähintään 400 euroa kolmen kuukauden ajanjaksolla. Jos neljännesvuosihakemukset on hylätty sen vuoksi, ettei vaadittu vähimmäismäärä ole ylittynyt, voi hakija yleensä lisätä nämä laskut vuosihakemukseen. (Jokinen, Klemola & Takalo 2015, 348; Verohallinto 2013; Verotieto 2018, 135.) Maasta riippuen, voivat vuosittaiset sallitut hakumäärät poiketa, mutta ne ovat vähintään direktiivin vaatimat viidesti vuodessa.

Palautushakemuksen on käsitettävä vähintään kolmen kuukauden jakson, mutta jakso voi olla pidempikin. Palautushakemukset voidaan myös tehdä milloin vain hakujakson aikana. Ainoastaan kalenterivuoden lopussa tehtävät hakemukset voivat olla alle kolmen kuukauden pituisia. (Jokinen ym. 2015, 348.) Jotkut maat edellyttävät kopioita laskuista, joiden arvonlisäveroton hinta on yli 1000 euroa. Poltto-ainelaskuissa vastaava raja on 250 euroa. Laskut ja tuontiasiakirjat voidaan eritellä CSV-tiedostolla ALVELU-palvelussa. (Verohallinto 2013.)

Hakemuksen on katettava kaikki vaaditut tiedot, joita palautusmaa edellyttää. Tiedot perustuvat direktiiviin 2008/9/EY. Direktiivin artikla 8 säätelee tiedot hakijasta ja laskuista, artikla 9 hankintojen koodit ja artikla 11 liiketoiminnan kuvauksen, jota hankinnat koskevat. (Verohallinto 2013; EUR-Lex 2008.) Suomen Verohallinto tarkistaa ALVEU-palveluun jätetyn hakemuksen vaadittavien tietojen osalta sekä hakijan arvonlisäverovelvollisuuden. Mikäli jokin näistä vaatimuksista ei täyty, hakemusta ei lähetetä eteenpäin. (Sirpoma ym. 2014, 200.) Käytännössä tämä yleensä tarkoittaa, ettei sähköisessä hakemuksessa pysty etenemään, ellei vaadittavia tietoja anneta. Syitä minkä vuoksi hakemusta ei lähetetä eteenpäin ovat, ettei hakija ole verovelvollinen, hänen yritystoimintansa on käsittänyt yksinomaan arvonlisäverosta vapautettuja toimia, hän kuuluu pienyritysten verovapauden tai maataloustuottajien yhteisen vakiokantajärjestelmän piiriin. (Jokinen ym. 2015, 349.) Palautusta käsittelevän maan tulee tehdä päätös hakemuksesta neljän kuukauden aikana. Mikäli maa tarvitsee lisäselvityksiä, on päätös tehtävä kuudesta kahdeksaan kuukaudesta. (Verohallinto 2013.)

Hakijan tulee ilmoittaa hakemuksessa seuraavat tiedot (Jokinen ym. 2015, 349; Verohallinto 2018):

- hakijan täydellinen nimi ja osoite
- sähköiset yhteystiedot
- hakijan liiketoiminnan kuvaus, jota varten hankinnat on tehty
- palautusta koskeva ajanjakso

- hakijan oma selvitys palautusoikeuteen
- hakijan arvonlisäverotunniste tai verorekisterinumero
- pankkitilitiedot sekä IBAN ja BIC-koodit

Joitakin rajoituksia liittyy palautusoikeuksiin. Näihin kuuluvat esimerkiksi matkatoimistopalvelut, jotka kuuluvat marginaaliveromenettelyn piiriin. Yrittäjällä on kuitenkin oikeus hakea palautuksia silloinkin, kun yritystoiminta on vain osittain arvonlisäverovelvollista. Tällöin on vain ilmoitettava vähennykseen oikeuttavan suhteellinen osuus liiketoiminnasta. (Jokinen ym. 2015, 351.)

3.1.1 Laskutiedot ja maakoodit arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksissa

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautusten hyväksymiseen liittyy pitkälti oikein ilmoitetut laskutiedot. Vaikka alkuperäisiä laskuja ei tarvitse hakemukseen liittää, tulee ALVEU-palvelussa ilmoittaa lasku ja tuontiasiakirjoista seuraavat tiedot (Verohallinto 2013; Verohallinto 2018.):

- laskun tai tuontiasiakirjan numero ja päivämäärä
- tieto siitä, onko laskussa kevennetyt laskumerkinnät
- myyjän nimi, myyjän arvonlisäverotunniste tai verorekisterinumero, maa, katuosoite, postinumero ja postitoimipaikka
- ostettujen tavaroiden tai palvelujen laatu
- hinta ilman veroa
- arvonlisäveron määrä
- vähennyksen suhdeluku prosentteina
- palautettavaksi haettava määrä
- laskun rahayksikkö

Haettaessa palautusta on ALVEU-palvelussa ilmoitettava myös kulukoodien minkälaisista tavaroista tai palveluista on yritys arvonlisäveroa maksanut. Alla listattuihin koodeihin voidaan joissain EU-maissa vaatia lisätarkennusta alakoodien avulla. Ajankohtaiset koodit ovat ALVEU-palvelussa. (Europa.eu 2018; Verohallinto 2013.)

- polttoaine
- kulkuneuvon vuokraus
- kulkuneuvoihin liittyvät kustannukset
- tiemaksut ja tienkäyttömaksut
- matkakustannukset, kuten taksimaksut, julkisen liikenteen maksut
- majoitus
- ruoka, juomat ja ravintolapalvelut
- messujen ja näyttelyjen pääsymaksut

- ylellisyys-, huvi- ja edustuskustannukset
- muut

Hakemuksen käsittelyaika vaihtelee maittain. Vaikka käsittelyajaksi on annettu enimmillään neljä kuukautta ilman lisäselvityksiä, se voi ylittyä joissain maissa. (Intrum Justitia 2016.) Tämä kannattaa ottaa huomioon päätettäessä, milloin hakemus tehdään.

3.1.2 ALVEU-palvelusta lyhyesti

Verohallinnon sivustolla on kirjallinen ohjeistus ja ALVEU-demo ulkomaalaispalautuksen hakemiseen (Verohallinto 2013; Verohallinto 2009). Demo kertoo kuva kerrallaan pääpiirteet ALVEU-palvelusta. Demo ei ole interaktiivinen, joka voisi avata palvelun käyttöä paremmin. Demossa käsitellään laskujen, muttei tuontiasiakirjojen, lisääminen vaikka näissä on käytännön eroja. ALVEU-palvelun ohjeita on myös ajan saatossa muokattu, mutta demo on vuodelta 2010, eikä siten ole näiltäkään osin ajantasainen.

ALVEU-hakemuksessa vaaditaan direktiivin mukaiset tiedot. Lasku ja tuontiasiakirjojen tietojen syöttäminen on aikaa vievin osuus. Ne voidaan eritellä CSV-tiedostolla. CSV on eräs taulukko-ohjelmien tallennusmuoto, jonka pohja löytyy Verohallinnon sivuilta. Erittelyn tietojen täytyy olla ilmoitettuna tietyssä järjestyksessä. Yhdessä CSV-tiedostossa saa olla enintään 100 erittelytietoa. (Verohallinto 2013; Verohallinto 2018.)

Jotkut maat edellyttävät kopioita laskuista, joiden arvonlisäveron hinta on yli 1000 euroa. Poltto-ainelaskuissa raja on 250 euroa. Tällöin liitetiedosto ei saa ylittää 5 MB (megatavu) kokoa. Mikäli koko ylittyy, on hakijan tarkistettava kohdemaan ohjeista, miten toimia. Sallittuja tiedostotyypppejä ovat .tiff, .jpeg ja .pdf, joista .pdf on suositeltavin. (Verohallinto 2013; Verohallinto 2018.)

3.2 Tiedon etsiminen arvonlisäveron ulkomaalaispalautusmenettelystä

Verohallinnon sivuilla ovat linkit EU-komission käsikirjaan, eri EU-maiden verohallintojen linkkilistaan sekä tietopankkiin, josta löytyy tietoa EU-maiden laskutussäännöistä, verokannoista ja arvonlisäveron sähköisen palautusmenettelyn ehdoista. (Verohallinto 2013; Verohallinto 2011.) EU-komission tietopankki on englanninkielinen ja sen oikeellisuus riippuu jäsenvaltioiden ilmoituksesta. Tämän vuoksi sivustolla on vastuuvapauslauseke, jossa kehoitetaan tarkistamaan tietojen oikeellisuus kohdemaan veroviranomaisen sivuilta.

Samaan vastuuvapauslausekkeeseen törmää, jos haluaa lukea tiedon englanniksi kohdemaan veroviranomaisen sivuilta. Eri maiden veroviranomaiset eivät ota vastuuta käännöksistä, edes Suomessa. On siis varauduttava etsimään tietoa myös kohdemaan kielellä. Epäselvissä tilanteissa kehoitetaan aina tarkistamaan veroviranomaisen alkuperäiskieliset sivut tai olemaan

muuten yhteydessä maan veroviranomaiseen. Jos yrittäjällä ei ole tähän vaadittavaa kielitaitoa, voi ajankohtaisen tiedon tarkistaminen ja sen oikeellisuuden tarkistus muodostua vaikeaksi. Käännösten tekeminen tai edustajan palkkaaminen lisäävät hakuprosessin kustannuksia.

Suomalainen yrittäjä voi etsiä tietoa kootusti EU:n arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksien tekemisestä Europa.eu -portaalin suomenkielisiltä Sinun Eurooppa -sivuilta (Europa.eu 2018). Sivuston linkit johtavat eri jäsenmaiden englanninkielisille sivuille tai englanninkieliseen pdf-tiedostoon. Portaali on kuitenkin riippuvainen maiden ilmoitusvelvollisuudesta, eivätkä kaikki valtiot ole toimittaneet tietoa poikkeavista käytännöistään. Esimerkiksi heinäkuussa 2018 Kreikka, Romania, Latvia ja Portugali eivät olleet toimittaneet tietoa tai linkkiä mistä menoista palautusta ei voi hakea. (Europa.eu 2018). Puute ei tiettävästi tarkoita myöskään sitä, ettei kieltoja olisi. Vuoden 2015 alun tietojen mukaan esimerkiksi Romaniassa rajoituksen piiriin kuuluivat tupakkatuotteet ja henkilöautot, Portugalissa edustuskulut ja polttoainekulut, Kreikassa edustuskulut sekä erilaiset yrityksen ja sen henkilökunnan majoitukseen liittyvät kulut. (Jokinen ym. 2015, 355-357.)

Ajankohtaista tietoa eri maiden käytännöistä ja rajoituksista voi hakea Euroopan komission Ec.Europa.eu -sivuille kerätyistä jäsenmaiden käsikirjoista. Kaikki käsikirjat löytyvät englanninkielellä. Käsikirjoja on tosin viimeksi päivitetty vuonna 2015 ja maakohtaisia muutoksia on voinut syntyä sen jälkeen. (Ec.Europa.eu 2018.) Pieni muutos parempaan on kuitenkin tapahtunut, sillä Nikkilä (2014) mainitsee osan käsikirjoista olleen aiemmin yksinomaan kohdemaan kielellä. Tietenkin kohdemaiden veroviranomaisten verkkosivut ovat hyvä, mutta ehkä haasteellinen, tietolähde.

Yritykset, jotka tekevät arvonlisäveron palautushakemuksia, kuten Cash Back Oy, Deloitte ja Intru, ovat koonneet yhteen tarvittavaa tietoa eri maiden ulkomaalaispalautuksen ehdoista ja säännöistä omaan käyttöön. Hyvällä onnella ajankohtainen tieto on löydettävissä myös verkosta googlehauilla (Cashback 2018a). Kootun tiedon löytäminen helpottaa hakuprosessissa. Se myös auttaa tarkistamaan jo etukäteen mistä palautusta on mahdollista saada ja siten myös mitkä kuitit tulee muistaa ottaa huomioon palautusta hakiessa tai mitä hankintoja ei ehkä kannata tehdä. Toki suositeltavaa olisi, että tiedot haettaisiin veroviranomaisten virallisilta sivuilta. Mutta voitaneen olettaa, että melko harvoin haettavaan palautukseen ei haluta kuluttaa tarpeettomasti aikaa ja erilaisia helpottavia keinoja hyödynnetään mahdollisuuksien mukaan.

3.3 Erot EU-maiden välillä arvonlisäveron ulkomaalaispalautusmenettelyissä

Sähköiseen arvonlisäveron palautushakemukseen siirryttäessä pyrittiin yhtenäistämään ulkomaalaispalautusmenettelyä. On kuitenkin todettava, että jotkin käytännön asiat poikkeavat merkittävästi eri EU-valtioiden kesken. Poikkeuksia menettelyissä löytyy esimerkiksi asiointikielestä ja rahayksiköstä, tavaroiden ja palveluiden koodeissa, vuosittaisten hakemusmäärien

rajoituksissa, käytetyn asiamiehen toimivallassa, käsittelyajoissa sekä liitteitä koskevissa käytännöissä. Lisäksi joissakin EU-maissa esimerkiksi ravintola- ja edustuskuluista, ajoneuvoista tai polttoainekuluista ei myönnetä palautusta. (Verohallinto 2013; Europa.eu 2018; Intrum Justitia 2016.) Nämä poikkeukset voivat aiheuttaa haasteita ja lisäkustannuksia oikean ja ajankohtaisen tiedon etsimiseen ja varsinkin palautushakemuksen tekemiseen.

Kohdemaalla on oikeus pyytää lisäselvitystä hakemuskäsittelyyn annetun neljän kuukauden aikana. Hakijan on vastattava siihen kuukauden kuluessa tai lisäselvityspyynnössä annettuun määräaikaan mennessä. Mikäli hakija ei vastaa määräajassa, hakemus hylätään. Osassa maista hakemuksessa edellytetään kohdemaan kieltä, jolloin myös hakemuksen lisäkysymykset tulevat tällä kielellä. (Verohallinto 2013.) Tämä tuo haasteita hakijalle, jos hän ei osaa kieltä ja varsinkin, jos maa ei salli edustajan käyttöä. Vaikka ALVEU-palvelu on suomenkielinen, siinä on kohtia, joissa voidaan edellyttää kirjoittamaan lyhyitä selvityksiä. Esimerkiksi jos laskusta puuttuu vaadittava tieto, on lasku kuvattava ALVEU-palvelussa. Tällöin kieli määräytyy maan vaatimusten mukaisesti.

3.4 EU-maiden verovirastojen vastuunjako ja hakemuksen käsittelyt

Palautusta hakevalle on tärkeää tietää kehen ottaa yhteyttä, mikäli arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessi ei toimi sovitusti. Sinun Eurooppasi -sivustolla on tästä englanninkielinen koonti. Direktiivin mukaan kaikenlaisen viestinnän arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemusprosessissa tulisi tapahtua sähköisesti veroviranomaisen ja hakijan kesken. Tämä ei kuitenkaan aina toteudu käytännössä. Koska moni yrittäjä käyttää asiamiestä palautusten hakemisessa, tulisi ennen yhteydenottoja Suomen tai kohdemaan veroviranomaisiin tarkistaa, ettei toinen osapuoli ole vastaanottanut tai lähettänyt palautushakemukseen liittyviä ilmoituksia tai viestejä. (Europa.eu 2018; Verohallinto 2013.) Kohdemaan veroviranomainen on voinut lähettää viestit yrittäjälle, vaikkei tämä hoida hakemuksen käsittelyä. Viestien ristiin meneminen voi aiheuttaa tarpeetonta sekaannusta.

Direktiivin mukaan hakijan tulisi saada kuittaus hakemuksen vastaanottamisesta Suomen Verohallinnolta kahden työpäivän aikana. Hakemuksen tulisi siirtyä Suomen Verohallinnolta 15 työpäivän aikana kohdemaan veroviranomaiselle ja hakijan tulisi saada tästä kuittaus Suomen Verohallinnolta. Jos kuittausta ei Suomen Verohallinnolta ole tullut voi olla, että hakija ei ole oikeutettu palautukseen. Kuitenkin hakijan tulee saada selvitys, missä perustellaan kielteinen päätös.

Käytännössä kuitenkin Suomen Verohallinto kuittaa hakemuksen saapuneeksi samalla, kun hakemus on ALVEU-palveluun valmiiksi täytetty ja lähetetty. Samalla hakijalle huomautetaan, että mikäli hän ei ole saanut kohdemaalta hakemuksen saapumiskuittausta kahden viikon sisällä, tulisi hänen olla yhteydessä kohdemaan verovirastoon. Hakemukset lähtevät Suomesta alle kahdessa viikossa. Jos hakija ei täytä arvonlisäverovelvollisuuttaan hakuajanjaksolla, hän

saa tästä välittömästi ilmoituksen täyttäessään hakujakson ALVEU-palvelussa. Tällöin hän saa myös tiedon, ettei Suomen Verohallinto lähetä hakemusta eteenpäin kohdemaahan. Jos hakija kuitenkin päättää täyttää hakemuksen, hakemus jää Suomen Verohallinnon työjonoon. Virkailija tekee päätöksen hakemuksesta hakijalle, jossa kerrotaan perusteet miksi hakemusta ei ole lähetetty eteenpäin. Päätöksestä on oikeus valittaa. (Verohallinnon asiantuntija B 2018.)

Kohdemaan verohallinto lähettää sähköisen vastaanottokuittauksen hakijalle saatuaan hakemuksen. On myös mahdollista, että vastaanottokuittaus tulee kirjeenä. Kohdemaan kuittauksesta alkaa hakemuksen käsittelyaika, joka on enintään neljä kuukautta. Jos kuitenkin käy niin, ettei kohdemaan vastaanottokuittaukseen kuulu, on hakijan tarkistettava kohdemaan veroviranomaiselta ovatko he saaneet hakemuksen. (Verohallinto 2013.)

Hakija voi saada lisäselvityspyynnön kohdemaasta neljän kuukauden käsittelyajan sisällä. Lisäselvityspyyntö antaa kohdemaalle oikeuden pidentää käsittelyaikaa kahdella kuukaudella, kuuteen kuukauteen. Jos lisäselvityspyynnöjä on useita, käsittelyaika pitenee lisää toisella kahdella kuukaudella. Päätös hakemuksesta on tehtävä kohdemaassa kahden kuukauden kuluessa lisätietojen pyytämisestä tai määräajan päättymisestä, jos hakija ei ole toimittanut lisätietoja. Päätöksestä on kuitenkin ilmoitettava viimeistään kahdeksan kuukauden kuluessa hakemuksen vastaanottamisesta. (Jokinen ym. 2015, 351; Verohallinto 2013.) Tämän vuoksi kohdemaan vastaanottokuittaus on hakijalle tärkeä tieto.

Hakijan tulee tehdä pyydetty lisäselvitys kuukauden kuluessa lisäselvityspyynnön saamisesta tai selvityspyynnössä annettuun päivämäärään mennessä. Jos hakija ei ole toimittanut selvitystä määräaikaan mennessä, hakemus hylätään.

Jos hakemusta ei ole käsitelty neljän kuukauden aikana, eikä hakija ole saanut tänä aikana lisäselvityspyyntöäkään, on hakijan oltava yhteydessä kohdemaan veroviranomaiseen tilanteen selvittämiseksi. Samoin tulee tehdä, jos hakija on saanut myönteisen päätöksen, muttei rahoja halumalleen tilille tai jos palautussumma on väärä. Rahojen tulisi olla maksettuna hakijalle kymmenen työpäivän sisällä. Myöhästyneestä palautuksesta on hakijalla oikeus direktiivissä määriteltyyn viivästyskorkoon. (Jokinen ym. 2015, 352; Europa.eu 2018.)

Hakemus voidaan hylätä myös sen vuoksi, ettei se täytä muotovaatimuksia. Esimerkiksi hakemuksen määräajan ylitys johtaa lähes poikkeuksetta hakemuksen hylkäämiseen. Kuitenkin, jos hakulomake on puutteellinen tai siinä on virheitä, yleensä hakija saa mahdollisuuden täydentää hakemustaan tai tehdä lisäselvityksen. Hylkäysperusteita voivat olla myös, että hankinnat eivät ole liittyneet verolliseen liiketoimintaan tai yrittäjä on tehnyt kohdemaassa verollista liiketoimintaa. (Jokinen ym. 2015, 352.)

Vastuut veroviranomaisten kesken menevät pitkälti niin, että Suomen verohallinnon vastuulla on tarkistaa hakijan tietojen oikeellisuus ALVEU-palvelussa ja, että hakija on ollut arvonlisäverovelvollinen hakujaksona aikana. Jos kaikki on oikein, Suomen Verohallinto lähettää hakemuksen eteenpäin kohdemaahan. Tästä eteenpäin vastuu siirtyy kohdemaan veroviranomaiselle.

4 Käyttäytymistaloustiede

Ihminen pystyy vain rajallisesti keskittymään suureen määrään tietoa, minkä vuoksi evoluutio on luonut keinoja säästää ihmisten aikaa ja tarkkaavaisuutta (Levitin 2014, 218). Ihmisen päätöksenteko pohjaa kahteen tekijään, järjestelmä 1:een ja 2:een, jotka ovat toiminnassa koko ajan ja samanaikaisesti. Järjestelmä 1 on intuitiivista ja järjestelmä 2 on vuorostaan järkisyihin ja harkintaan pohjaavaa päätöksentekoa. (Stanovich & West 2000; Kahneman 2003.)

Ihmiselle on luontaista pohjata päätöksentekoaan pitkälti järjestelmä 1:een, johon liittyy keskeisesti ihmisen kokemukset ja kasvanut ymmärrys. Järjestelmä 1:ssä ihminen ei syvenny itse aiheeseen, vaan luottaa olemassa ja kerättävissä olevaan tietoon ja tunteisiin. Järjestelmä 1 on siis nopeaa päätöksentekoa, mutta sen mutkaton toimiminen edellyttää ympäristön säännönmukaisuutta ja, että ympäristön tuottamat vihjeet ovat opittavissa (Salonen 2017, 73). Harkintaan pohjaava järjestelmä 2, on aikaa ja energiaa kuluttavaa. Se vaatii keskittymistä. (Kahneman 2003; Kahneman 2012, 30.) Ihminen luonnostaan pyrkii välttelemään järjestelmä 2:n käyttämistä tarpeettomasti.

Aivomme ovat luoneet opituille asioille oikopolkuja, heuristiikkoja, auttaakseen ajattelua. Kun ajattelu ohjaa ihmistä väärin johtopäätöksiin, puhumme vinoumista. Vinoumia syntyy, kun järjestelmä 2 jostain syystä ei ole kyseenalaistanut tehtyä ratkaisua. Tähän voi liittyä tietämättömyys itse asiasta, jolloin ratkaisua haetaan jo olemassa olevasta, väärin johdetusta, tiedosta. Vinoumiin voi liittyä myös järjestelmä 2:n laiskuus etsiä oikeaa tietoa. Kahnemanin mukaan ihmiset eivät tiedosta vinoumaa (Kahneman 2012, 179; Kahneman 2002.), joka voi tehdä vaikeaksi niiden ohittamisen.

Ihmisluonteeseen kuuluu laiskuus, jossa vältellään ja viivytellään vaikeiden asioiden ja päätösten tekemistä (Kahneman 2011, 46; Johnson, Shu, Dellaert, Fox, Goldstein, Häubl, Larrick, Payne, Peters, Schkade, Wansink & Weber 2012; Ariely & Wertenbroch 2002). Energian säästäminen, myös päätöksenteossa, liittyy ihmisen henkiinjäämisekeinoihin (Weinschenk 2011, 132). Energiaa, niin henkistä kuin fyysistä, tulee säästää tilanteisiin, joissa sille on todellista tarvetta. Tämä ihmisen luontainen piirre johtaa ihmisen etsimään helppoja ratkaisuja. Arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksissa tämä voi tarkoittaa haun ulkoistamista tai haun hylkäämistä. Tiedon haussa ihminen todennäköisesti pyrkii ensin kysymään neuvoa varsinkin, jos löydetyn tiedon hahmottaminen on hankalaa.

Simon (1956) puhuu ratkaisuun tyytymisestä (satisficing), kun ihminen päätyy riittävän hyvään ratkaisuun parhaimman sijaan. Hänen mukaansa ihmisellä ei ole riittäviä kognitiivisia taitoja kaikkien vaihtoehtojen punnitsemiseen. Hän puhuu rajoitetusta rationaalisuudesta (bounded rationality), jossa aika, rajoitettu tieto ja ihmisen kyvyt haittaavat optimaalisen päätöksen tekemistä. (Simon 1955.) Simonin mukaan on siis parempi tyytyä riittävän hyvään ratkaisuun, jonka avulla päästään asiassa eteenpäin, kuin kuluttaa aikaa ehkä mahdottomaan tehtävään vaihtoehtojen punnitsemisessa. Thalerin (2000) mukaan rajoitettuun rationaalisuuteen liittyy myös nykyhetken tulevaisuutta suurempi arvostus ja toisten huomioiminen.

Ihminen voi joutua tilanteeseen, jossa hänellä on liikaa vaihtoehtoja (choice overload) tai tietoa (information overload) (Schwartz 2009; Iyengar & Lepper 2000). Kumpikaan näistä vaihtoehtoista ei ole hyvä päätöksenteon kannalta. Länsimainen ihminen on tottunut valinnanvapauteen, vaihtoehtojen rikkauteen ja kattavan tiedon saamiseen. Tämä on johtanut tilanteeseen, jossa tietoa jaetaan kaikesta minkä uskotaan olevan oleellista ja tärkeää, joskus jopa valikoimatta. Kuitenkin ihmisen päätöksentekoa tämä valinnanvapaus ja tiedon runsaus haittaa, sillä valinnanvapaus tarkoittaa myös vaihtoehtoista luopumista. Se voi johtaa katumukseen ja pettymyksiin (Schwartz 2009, 5.) Liika tieto vuorostaan johtaa motivaation ja tyytyväisyyden heikkenemiseen ja lopulta riittävän hyvään ratkaisuun tyytymiseen (Iyengar ym. 2000).

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksesta tietoa hakiessaan ihminen voi kokea tiedon ylitarjonnan. Hänen voi olla vaikeaa löytää oleellista tietoa ja tämä voi johtaa hakuprosessin keskeyttämiseen. Ihminen voi myös ratkaista tietoristiriidan keskittymällä yhteen asiaan ja etsimällä siihen ratkaisua. Arvonlisäveron ulkomaalaisprosessissa tietoa voidaan etsiä esimerkiksi Vero.fi -sivuilta, mutta maakohtaista tietoa tulisi etsiä myös Euroopan komission sivuilta kuin myös kohdemaan veroviraston sivuilta. Jos ihmiselle tulee liikaa vaihtoehtoja tiedon etsinnässä, voi hänen motivaationsa heikentyä.

Vaikeiden päätösten välttely voi johtaa erilaisiin kognitiivisiin vinoumiin. Tehdessään päätöstä hakuprosessin aloittamisesta, voi syntyä tilanne, jossa ihminen voi perustella itselleen miksi hakemus kannattaisi jättää tekemättä. Päätöksen tehtyään ihminen kokee valintansa oikeaksi ja pyrkii korostamaan sen etuja, samalla vähätellen hylättyä valintaa. (Brehm 1956; Harmon-Jones & Harmon Jones 2007). Tilanteissa, joissa tehtyä päätöstä ei voida muuttaa tai se olisi vaivalloista, ihmisten ajatukset muokkautuvat tehdyn päätöksen mukaisiksi. Tällöin puhutaan kognitiivisesta dissonanssista. (Chapman, Wong & Smith 1993; Jarcho, Berkman & Lieberman 2010.) Yrittäjä voi siis perustella itselleen miksi hänen oli järkevää hylätä palautushakemuksen tekeminen esimerkiksi ajan säästämiseksi muihin tehtäviin. Näin hän voi ajan kuluessa olla varsin tyytyväinen tekemäänsä ratkaisuun ja lopulta aidosti uskoa tehneensä oikean ratkaisun.

Palveluiden ja tuotteiden hyödyt voivat olla niiden kehittäjille ja yritykselle itsestään selviä. Heidän mielestään niiden ostamisessa ja käyttämisessä on pelkästään hyötyä käyttäjälle ja kuluttajalle. Asiakkaan kannalta näin ei kuitenkaan ole. Asiakas luo palvelun ja tuotteen arvon asiayhteyden toiminnosta, eikä se tapahdu puhtaasti järkisyin. (Gourville 2006.) Tuotteissa ja palveluissa, joissa huomioidaan ihmisen käyttäytyminen, on ensin auki kirjoitettava mitä arvoa sillä on tarkoitus tuottaa asiakkaalle ja miten asiakas siitä hyötyy. Tuote ja palvelu tulee myös sisällyttää olemassa olevaan ekosysteemiin, sillä jos sen käyttäminen edellyttää käyttäytymismuutosta käyttäjältä, se on epäonnistunut. (Soman 2017, 221.)

Kun pohditaan päätöksentekoa jotka liittyvät arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen hakemiseen tai hakematta jättämiseen, on pohdittava taustatekijöitä, jotka vaikuttavat ja johtavat tiettyyn päätöksentekoon. Ihmiset kokevat kipua maksamisesta (Prelec & Loewenstein 1998). Voitaneen olettaa, että jokainen veroja maksanut kansalainen on luonut jonkinlaisen mielikuvan verojen maksamisesta. Tämän vuoksi mielikuviin voivat vaikuttaa edustavuus- ja saatavuusheuristiikat (Tversky & Kahneman 1974; Kahneman & Tversky 1972). Ihminen hyödyntää saatavuusheuristiikkaa, kun hän tekee päätelmiä asioista sen mukaisesti, miten helposti ne tulevat hänelle mieleen. Edustavuusheuristiikkaan liittyy yleistäminen, kuten stereotyyppien muodostaminen, minkä vuoksi hakija voi yhdistää hakuprosessissa esiintyvät ongelmat esimerkiksi kohdemaan kansalaisten stereotyyppisiin piirteisiin ilman todellista tietoa.

Osaltaan hakemuksen tekemiseen voi vaikuttaa ankkurointi, joka voi aiheuttaa tiedostamattomaa viivytystä (Tversky ym. 1974). Ankkuroinnista puhutaan silloin, kun ihminen luo tiedostamattaan vertailupisteen, johon vertaa saamaansa tietoa. Vertailupisteen ei tarvitse edes liittyä millään tavoin itse käsiteltävään asiaan. Eräessä tutkimuksessa ihmisten kolme viimeistä numeroa puhelinnumerossa kerrottuna tuhannella loi vertailupisteen asuntojen hinta-arvioille (Scott & Lizieri 2012). Monilla verkkosivuilla, kuten Verohallinnon sivuilla, ja kirjallisuudessa, jossa kerrotaan arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksesta, mainitaan, että hakemus tulee tehdä yhdeksän kuukauden kuluessa 30.9. mennessä. On mahdollista, että päivämäärä ja hakuprosessin kesto ankkuroituvat ihmisten mieleen määräaikoina, joita noudatetaan, vaikka hakemuksen voisi tehdä 400 euron ylittyessä jo saman vuoden huhtikuussa. Kun tähän yhdistyy saatavuusheuristiikan myötä mielikuva vaikeasta hakemusprosessista, voidaan viivytellä hakemuksen tekemisen aloittamista.

Ankkurointi voi liittyä myös arvonlisäveron suuruuteen myyjän laskussa. Arvonlisävero on kuitenkin EU-maissa enimmillään neljännes maksetusta summasta, jolloin sen arvo voidaan nähdä pienenä, varsinkin pienissä laskuissa, eikä siten hahmoteta summan kumuloitumista eri laskujen yhteissummassa vuoden aikana. Suomessa esimerkiksi arvonlisävero on automaattisesti lisätty kuluttajalle loppusummaan, joten siihen ei ostotilanteessa tule kiinnittäneeksi erityistä huomiota.

Ihmiset suorittavat tehtävät todennäköisemmin loppuun, mikäli heillä on tietoa, että prosessi etenee (Soman 2017, 91). Esimerkiksi tämän vuoksi jonottaessa voidaan ihmisille antaa väliaikatietoa, miten kauan odotus vielä kestää. Samaa voidaan hyödyntää myös projektin tai jonkun muun tehtävän etenemisessä. Jos yrittäjällä on tietoa arvonlisäveron ulkomaalaishakemusprosessin eri vaiheista, voi tämä tieto auttaa hakemuksen loppuunsaattamisessa. Hakuprosessin voi aloittaa jo alkuvuodesta etsimällä tarvittavat tiedot hakemuksen tekemiseen. Prosessi etenee rauhallisesti, mutta eri etapit kertovat edistymisestä ja siten myös onnistumisista.

Tehdessään päätöksiä hankinnoista, tai tässä tapauksessa palautusten hakemisesta, ihminen joutuu tekemään päätöksen ajan ja rahan välillä. Kuluttaako aikaa tiedon etsimiseen, hakemuksen tekemiseen ja päätöksen odottamiseen, vaikka lopputulos voi olla epävarma. Vai maksaako ulkopuoliselle hakemisen tekemisestä tai voiko olla jopa kannattavampaa luopua palautusrahojen hakemisesta.

4.1 Rahan käsite päätöksenteossa

Vaikka raha edustaa arvoa, sillä ei itsessään ole arvoa. Se kertoo mitä meidän on mahdollista sillä saada. (Ariely & Kreisler 2017, 17.) Raha voidaan tulkita myös mielen luomaksi rakenteeksi, joka elää yksin meidän kuvitelmissa ja josta moni seikka meidän elämässämme riippuu (Hammond 2016, 11). Kuka tahansa voi käyttää rahaa lähes mihin tahansa ja kuitenkin tämä laaja käyttömahdollisuus tekee päätöksenteon rahasta haasteelliseksi.

Raha muuttaa ihmisen käyttäytymistä ja lisää stressiä. Ihmisillä on tapana pitää mielessään mentaalista tiliointiä (mental accounting) rahoistaan. (Thaler 1985; Thaler 1999; Thaler ym. 2008, 49.) Osa rahoista liitetään mielessä välttämättömiin menoihin, osa huvituksiin ja osa on niin sanotusti ilmaista rahaa. Mentaalisen tiliöinnin avulla pyritään huolehtimaan siitä, että välttämättömät menot ovat hoidettavissa. Ilman mielen kirjanpitoa meillä ei olisi taloudellista aktiivisuutta ja varallisuutta. Ihmiset ymmärtävät rahan arvon paremmin silloin, kun se on konkreettista: seteleitä ja kolikoita. Pankki- ja luottokorttien luoma rahan aineettomuus, saa ihmiset kuluttamaan rahaa enemmän. (Prelec & Simester 2001.)

Jos mietitään yritysten arvonlisäveron ulkomaalaispalautusten hakemista, on järkevintä ajatella ihmiselle poikkeavaa käytöstä olla hakematta niin sanotusti ilmaista rahaa, johon hänellä on oikeus. Ihminen pitää rahasta, vaikka rahan käsittely voi olla vaikeaa. (Ariely ym. 2017, 9; Hammond 2016, 13). Liiketaloudessa on käsite vaihtoehtoiskustannus (opportunity cost), jolla pyritään kuvaamaan sitä, miten rahan käyttäminen johonkin on aina jostain muusta käyttötarkoituksesta pois (Payne & Bettman 1996; Ariely ym. 2017, 17-19). Vaihtoehtoiskustannusajatteluun pohjaten, yrittäjä todennäköisesti vertailee hakemuksen tekemiseen kuluvan ajan ja rahan määrää siihen mitä hän tulee saamaan palautuksina. Päätöstä tehtäessä, on pohdittava

voiko hakemuksen tekemiseen menevän ajan ja rahan sijoittaa paremmin, kuten uusasiakas-hankintaan. Jos haettava summa on suuri, voi vaakakupissa painaa ajan säästäminen. Tällöin hakemuksen tekemisen sijaan on harkittava, miten paljon on valmis maksamaan ulkopuolisel-
 selle hakemuksen tekemisestä.

Ihmisen rahankäyttöön liittyvät tunteet, eikä ihminen ymmärrä aineetonta rahaa. Ihminen voi arvostaa kaupanpäällisenä tulevaa tuotetta enemmän kuin saman arvoista rahamäärää (Frederick, Novemsky, Wang, Dhar & Nowlis 2009.), sillä hän ei kykene tilanteessa, jossa on konkreettinen tuote vaihtoehtona, hahmottamaan rahan tuomaa valinnanvapautta. Tämän vuoksi vaihtoehtoiskustannusajattelusta ei ole tällaisessa päätöksenteossa hyötyä. (Ariely ym. 2017, 22.)

Ihminen on huono vertailemaan asioita, joista hän ei tiedä etukäteen mitään tai mistä hänellä ei ole kokemusta (Salonen & Toikkanen 2015, 106). Olisi myös kuluttavaa vertailla jokaista lyhyttä kulutustilannetta, miten se vaikuttaa pitkäkestoiseen sijoittamiseen (Belsky & Gilovich 2009, 25). Koska vaihtoehtoiskustannusten ja todellisen arvon hahmottaminen on hankalaa, ihminen hyödyntää mentaalista tiliöintiä helpottaakseen päätöksentekoa. Rahojen lokeroimi-
 nen kuitenkin haittaa niiden vaihtoehtoista käyttöä. On vaikeaa siirtää rahaa yhdestä loke-
 rosta toiseen, vaikka siitä olisi hyötyä.

Vertailu edellyttää, että vertailukohdetta voi suhteuttaa johonkin. Raha on mitattavissa ja mitattavuutensa ansiosta rahamääriä on helppo vertailla, jos muita vertailuvaihtoehtoja ei ole tarjolla. Koska ihmiset pitävät tarkkuudesta, mitattavuus ylikorostaa rahan arvoa päätök-
 senteossa. Rahan merkitys korostuu, vaikkei se olisi todellisen tarpeen kannalta merkitykselli-
 nen seikka. (Ariely ym. 2017, 175, 177.)

Kun yrittäjä lähtee tekemään arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemusta, voi hänen aja-
 tuksissaan olla ensisijaisena tavoitteena rahan saaminen. Vasta perehtyessään ja koettuaan
 itse hakuprosessin ja lopulta saatuaan palautuspäätöksen, voi hän luoda kokemukseensa poh-
 jautuvan mielikuvan prosessin mielekkyydestä ja kannattavuudesta. Jo pelkästään aiemmat
 mielikuvat tiedon etsimisestä, voivat vaikuttaa kokemukseen hakuprosessista sen eri vai-
 heissa. Jos tiedon haku on joskus aiemmin koettu vaikeaksi Verohallinnon sivuilta, voivat pie-
 netkin vastoinkäymiset vahvistaa tätä mielikuvaa. Tähän ajatteluun liittyy keskeisesti saata-
 vuusheuristiikka ja vahvistusharha (confirmation bias) (Nickerson 1998). Ihminen sortuu vah-
 vistusharhaan, kun hän arvioi tai etsii tietoa tukemaan omia mielipiteitään tai ennakkoluulo-
 jaan.

Yrittäjän päätökseen hakea tai jättää hakematta arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta on pit-
 kälti päätöksentekoa mahdollisuuksien hinnasta sekä rahan menon ja saamisen vertailua kes-
 kenään. Tehdessään päätöstä arvonlisäveron palautushakemisesta, päätökseen vaikuttavat pa-

lautettava summa, työn määrä ja hinta sekä aika, joka kuluu työhön, mutta myös palautettavan rahan saamiseen. Myös se, minkälaiseksi yrittäjä kokee palautusrahojen kuukausien odottamisen, vaikuttaa päätökseen. Koetaanko odottaminen kannattavaksi, varsinkin kun palautusajankohtaa ei voi tietää etukäteen. Jos palautettava summa on suhteessa pienempi, kuin mitä sen hakemisesta on maksettava työnä, yrittäjä todennäköisesti päätyy hylkäämään hakemuksen jättämisen. Juuri tässä vertailussa, korostuu rahan mitattavuus. Vaikka yrittäjällä on oikeus palautukseen, hän vertailee rahan hakemisen hyötyä palautuksen määrän ja työn hinnan kesken. Myös aika vaikuttaa ei yksistään rahan arvoon inflaation muodossa, mutta myös arvon kokemukseen.

Yritystoimintaan liittyy keskeisesti rahan ajattelemisen. Yrittäjän on jatkuvasti mietittävä yritystoiminnan kannalta kannattavia ratkaisuja. Miten tulisi kasvattaa yritystoimintaa ja liikevaihtoa sekä mihin kannattaa sijoittaa rahaa ja miten paljon. Raha kontrolloi ajattelua ja se voi johtaa ongelmiin (Hammond 2016, 12). On tutkittu, että ihmisillä, joilla on rahaa niukasti, rahan puute aiheuttaa huolta sen verran paljon, että se vaikuttaa heidän ajatteluunsa ja jopa älykkyyteensä (Mani, Mullainathan, Shafir & Zhao 2013). Siinä missä tupakoinnin lopettaja näkee tupakoitsijoita joka suunnassa, niin myös raha riivaa ihmistä, jolla on sen puute. Tämä vuorostaan johtaa siihen, että rahatilanteeseen ei osata löytää ratkaisua. Ihmisen ajattelu muuttuu samanlaiseksi kuin äärimmäisessä stressitilanteessa: keskitytään yhteen asiaan, eikä huomata muuta kuin se johon on huomio kohdentunut.

Suomessa vain joka toinen yritys on toiminnassa viiden vuoden kuluttua (Huuhko & Saintula 2018). Vaikka suomalainen alkava yrittäjä ei ole köyhyysrajalla, hänen mielessään varmasti liikkuvat huolet rahan hankkimisesta ja riittämisestä. Tämä lisää stressiä. Tällaisessa tilanteessa ei ole liene ihme, että ajattelu voi muuttua tunnelinäöksi (Weinschenk 2011, 191), eikä osata hahmottaa ehkä hieman normaalista poikkeavia rahan hankintamenetelmiä, kuten arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta. Toisaalta taas, rahan tarve voi johtaa siihen, että aikaa kulutetaan tarpeettoman paljon pienen arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen hankkimiseen.

Ihmiset kokevat kipua maksamisesta. Kivun välttämiseksi ihminen pyrkii kasvattamaan maksamisen ja kuluttamisen aikaväliä sekä kiinnittämään vähemmän huomiota itse maksutapahtumaan, sillä nämä seikat vaikuttavat koetun kivun suuruuteen. (Raghubir & Srivastava 2008; Prelec ym. 2001.) Monet yrittäjät ovat ulkoistaneet kirjanpitoonsa kirjanpitäjälle tai tilitoimistolle, joka huolehtii yrittäjän maksujen laskusta ja arvonlisäveron maksamisesta. Saman aikaisesti he ulkoistavat itsensä siitä kivusta, jota he kokisivat laskujen maksamisesta. Ihmiset eivät kuitenkaan koe suurta menetystä rahasta, joka maksetaan prosenttiosuuksina, koska tätä rahaa ei olla nähty (Ariely ym. 2017, 37). Voidaanko siis olettaa, että koska arvonlisäverosta puhutaan usein yksinomaan prosentteina, ei rahan menetystä hahmoteta samoin, kuin jos ne kerrotaisiin euroina? Olemme kuluttajina tottuneet maksamaan arvonlisäveroa. Arvonlisävero näkyy ainoastaan laskussa, eikä siihen sen vuoksi kiinnitetä suuremmin huomioita. Voi siis

olla, että arvonnäköveron maksaminen tapahtuu huomaamatta, koska sitä ei laskuteta erikseen, ja samanaikaisesti tietoisuus arvonnäköveron rahallisesta arvosta vähenee. Toki arvonnäköveron rahallinen korostaminen voi lisätä sen vastustusta, joten voi olla varsin järkevää, että se on häivytetty prosentiksi osaksi laskua.

Arvonnäköveron ulkomaalaispalautushakemiseen liittyy myös mahdollinen kielteinen päätös. Jos yrittäjä on kuluttanut aikaa ja rahaa hakemuksen tekemiseen ja saa kielteisen päätöksen, hän kokee kipua rahan menettämisestä. Kipu koetaan suurempana kuin myönteisessä päätöksessä rahan saaminen. Kielteisen päätöksen tuoma kokemus todennäköisesti kasvattaa hänen tappiokammoaan (loss aversion). Tappiokammo liittyy prospektiteoriaan, jonka mukaan ihminen kokee tappiot kaksinkertaisesti vahvempina kuin voitot ja tämän vuoksi pyrkii luontaisesti välttelemään tappioita. Vaikka siis ihmiset pitävät voittamisesta, he panostavat enemmän häviämisen välttelyyn. (Kahneman & Tversky 1979; Tversky & Kahneman 1991.)

Tappiokammo voi kasvaa, jos yrittäjällä on ollut selkeä tavoite mihin käyttää palautusrahat. Kuvitellessaan mihin sijoittaa palautusrahat, ihminen pystyy luomaan virtuaalisen omistuksen (virtual ownership) tai näennäisomistuksen (quasi-ownership) tuotteeseen jota ei ole edes vielä hankkinut. (Heyman, Orhun & Ariely 2004; Ariely ym. 2017, 104.) Tämä on havaittavissa esimerkiksi asuntokaupoissa, jolloin ihminen kuvittelee jo asuvansa asunnossa, johon on vasta tehnyt tarjouksen. Toki siinä missä myyjä kokee tappiokammoa tavaran menettämisestä, ostaja kokee luopumista, mikäli ostomahdollisuus menee ohi (Carmon & Ariely 2000). Arvonnäköveron ulkomaalaispalautuksen menettämisen osalta kyseessä on pitkälti tappiokammo, koska palautuksessa on kyse jo kulutetun rahan palauttamisesta. Tämä kielteinen kokemus rahan menettämisestä voi ehkä myös vaikuttaa tuleviin päätöksiin palautuksen hakemisesta, koska rahan menettämisen kipua halutaan välttää. Se voi myös johtaa siihen, että yrittäjä ulkoistaa hakuprosessin.

Tappiokammo kulkee käsi kädessä omistusvaikutuksen (endowment effect) kanssa. Emme halua luopua jostain asiasta, koska omistaminen ja myös sen menettämisen pelko ovat synnyttäneet yliarvostusta omistettua asiaa kohtaan. (Kahneman, Knetsch & Thaler 1990.) Ihmiset haluavat pitää kiinni rahoistaan, jopa siinä määrin, että siitä ei haluta luopua edes rahan lisähankkimistarkoituksessa. Mikä voi osaltaan selittää ihmisten haluttomuuden sijoittaa aikaa ja rahaa palautushakemuksen tekemiseen.

Tappiokammon hahmottamista voidaan tarkentaa seuraavilla kysymyksillä: Voimmeko elää 80 prosentilla nykyisistä tuloista? Voimmeko luopua 20 prosentista nykyisistä tuloista? Vaikka kyse on samasta rahamäärästä, ensimmäiseen kysymykseen vastataan herkemmin kyllä, koska toinen kysymys korostaa menetystä. Kyseessä on kehystysvaikutus (framing effect), jolloin se, miten asia ilmaistaan, vaikuttaa ihmisen päätökseen asiasta. (Kahneman ym. 1979; Levin,

Schneider & Gaeth 1998.) Arvonlisävero pyörii monessa EU-maassa 20 prosentin ympärillä. Tulisiko arvonlisäveron palautushakemisessa korostaa rahan menetystä? Vai hahmottavatko ihmiset arvonlisäveron nimensä mukaisesti veroksi, jonka ajattelemiseen halutaan kuluttaa mahdollisimman vähän aikaa.

Yrittäjillä on oikeus saada arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia, minkä vuoksi arvonlisäveron ulkomaalaishakemisprosessi voidaan kokea epäreiluksi. Ultimatum-pelissä on pystytty todentamaan, että mikäli vastapelaaja kokee toisen pelaajan antaman rahatarjouksen epäreiluksi, hän hylkää tarjouksen. Tällöin kumpikin pelaaja jää ilman rahaa, sen sijaan, että molemmat saisivat jotain. Tarjoaja toki enemmän, kuin vastapelaaja. (Güth, Schmittberger & Schwarze 1982.) Arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessi on tarpeettoman vaikea ja pitkäkestoinen varsinkin oikeutettuun 50 euron vähimmäissummaan suhteutettuna. Jos prosessi koettaisiin reiluksi, siihen voitaisiin ehkä myös panostaa. Tosin ekonomistit ovat pelaajina poikkeus ultimatum-pelissä. He eivät hylkää epäreiluja tarjouksia, koska ymmärtävät rationaalisen oman edun tavoittelun tarjouksen taustalla. (Ariely ym. 2017, 120.) Tähän pohjaten, kaupallisen koulutuksen saaneiden yrittäjien tulisi pystyä tekemään päätös prosessin tavoite ymmärtäen, puhtaasti vaihtoehtokustannuksia tarkastelemalla.

Ensivaikutelma luodaan kerran, mutta odotuksiin vaikuttavat aiemmat kokemukset vastaavista tilanteista ja kokemuksista. Esitystapa ja ympäristö luovat odotuksia, jotka tekevät mielikuvista todellisuutta. (Ariely ym. 2017, 154-156.) Ensimmäistä kertaa hakemusta tekeväille, voivat odotukset olla suuret itse prosessista kuin myös rahan saamisesta. Prosessin vaikeus voi vahvistaa aiempia mielikuvia Verohallinnosta, EU:sta, veroista ja arvonlisäverosta. Ihmiselle on haastavaa, ellei mahdotonta, jatkuvasti vertailla vaihtoehtokustannuksia, välttellä suhteellista arvoa, olla huomioimatta maksamisen kipua ja sivuuttaa odotukset, jota edellytettiin, jotta onnistuttaisiin rahan hallinnassa.

4.2 Ajan käsite päätöksenteossa

Aika on rahaa, sanotaan. Kuka sen ensimmäisenä sanoi, voikin olla kyseenalaisempaa, vaikka kunnia usein annetaan Benjamin Franklinille. (Franklin 1820; Päivän lehti 2018.) Ihminen ei kuitenkaan hahmota aikaa samoin kuin rahaa. Raha on konkreettista, aika ei. Rahaa on mahdollista saada lisää, mutta aikaa voi kuluttaa vain kerran ja se on sen jälkeen menetetty. Ajan katoavaisuus tekee siitä rahaa arvokkaampaa (Zimbardo & Boyd 2010, 15). Vaikka ajan katoavaisuus on varmaankin ollut aikoinaan sanonnan taustalla, yritysmaailmassa aika tulkitaan vaihtoehtokustannusten kautta. Ihmiset ovat kuitenkin valmiita kuluttamaan paljon aikaa säästääkseen pieniäkin summia rahaa (Dunn & Norton 2013, 75), ainakin yksityiselämässä. Yritysmaailmassa asia voi olla toinen, juuri vaihtoehtokustannusten vuoksi, koska yrityksille työssä käytetty aika on rahaa, joka maksaa.

Ihminen nostaa työnsä hintaa, jos hän kokee työpäivänsä kiireiseksi. Työajan hinnan noustessa, myös ajan arvo kasvaa ihmisten silmissä. (DeVoe & Pfeffer 2011; Dunn ym. 2013, 79.) Arvokkaat asiat ovat harvinaisia. Tähän pohjaa myös käyttäytymistaloustieteen niukkuusheuristiikka (scarcity heuristic) (Cialdini 2007, 238). Ihmisluontoon kuuluu pyrkimys tavoitella hetken diilejä ja harvinaisia asioita. Tätä piirrettä hyödynnetään runsaasti markkinoinnissa, mutta sitä on mahdollista hyödyntää myös tuuppauksessa saamaan viivytelijät toimimaan (Johnson ym. 2012).

Viime vuosikymmeninä ihmisten palkat ovat yleisesti nousseet. Palkkojen nousu on johtanut samalla ajan arvonnousuun, joka taas voi luoda mielikuvan ajan harvinaisuudesta. Tämän epäillään olevan syynä siihen, miksi ihmiset nykypäivänä kertovat olevansa jatkuvasti kiireisiä. (DeVoe ym. 2011; Dunn ym. 2013, 79.) Yrittäjälle aika todellakin on arvokasta ja niukkuusheuristiikka voi yrittäjän tapauksessa vielä herkemmin vaikuttaa siihen, mihin hän aikaansa haluaa kuluttaa.

Sanotaan, että ihminen arvostaa aikaa samoin kuin rahaa, mutta erona rahaan, sen kulumista on vaikeampi hahmottaa. Kulutettuun aikaan keskittyminen tekee ihmisistä eettisempiä ja reflektiivisempiä, kun taas rahaan keskittyminen vaikuttaa päinvastoin. (Gino & Mogilner 2014.) Ihminen nauttii kahden minuutin musiikkihetkestäkin vähemmän, jos on sitä ennen laskenut itselleen tuntipalkan. Tuntipalkka johtaa siihen, ettei ihminen voi olla pohtimatta hintaa, mitä tämä kaksiminuuttinen hänelle maksaa. (DeVoe & House 2011; Hammond 2016, 244.) Tuntipalkalla työtä tekevä hahmottaa arvonsa paremmin kuin kuukausipalkkalainen (DeVoe & Pfeffer 2006).

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksien hakemisessa aikaa kuluu tiedon etsimiseen, materiaalin keräämiseen ja hakemuksen tekemiseen. Tämän lisäksi aikaa kuluu palkkion, toisin sanoen palautettavan arvonlisäveron, odottamiseen. Kärjistetysti ajatellen, jos yrittäjä hakee tammi-kuussa syntyneestä kulusta 50 euron ulkomaalaispalautusta vasta syyskuun lopussa ja jos kyseisen maan veroviranomainen haluaa lisätietoja, on mahdollista, että päätös tapahtuu vasta kahdeksan kuukauden kuluttua hakemuksen saapumisesta. Eli yrittäjä voi odottaa 50 euroa reippaasti puolitoista vuotta sen kulutushetkestä. Toki yrittäjä voi hakea palautusta heti tammi-kuussa, mutta silti kahdeksan kuukauden odotus on rahan arvoon suhteutettuna huomattava. Rahan arvo ehtii myös ajan kuluessa vähentyä. 50 euroa oli pieni jo haettaessa, mutta se on todella pieni kuukausien kuluttua.

Ongelmat ihmisten toiminnassa voivat johtua ristiriidasta halun ja toiminnan välillä. Thaler ja Benartzi (2004) tekivät käyttäytymistaloustieteen tutkimuksen siitä, miten ihmiset saadaan eläkesäästäjiksi. Ihmiset haluavat säästää eläkkeeseen, mutta eivät saa sitä tehtyä. Syitä voi olla monia, mutta eräs keskeinen syy on, ihmisten taipumus tulevaisuuden arvon hyperboliseen diskonttaukseen (Laibson 1997). Hyperbolisessa diskonttauksessa ihminen on valmis

odottamaan, mikäli tiedossa on suurempi rahamäärä. Thalerin ja Benartzin Save More Tomorrow -ohjelma hyödynsi ihmisten halua eläkesäästämiseen ja laiskuutta muutokseen. Kokeessa ihmiset sijoitettiin suoraan eläkesäästöohjelmaan ja monelle siitä irrottautuminen oli liikaa vaadittu. Soman käyttää tästä termiä aikomus-toiminta -kuilu (intention-action gap) (Soman 2017, 153). Ihmisen tahto ja toiminta eivät kohtaa, jolloin tulosta ei synny, eikä tavoitteisiin päästä. Koska ihmisillä oli Thalerin ja Benartzin kokeessa halua ryhtyä eläkesäästäjäksi, oli mahdollista hyödyntää tuuppausta, jossa heidän päätöksentekoa helpotettiin muuttamalla eläkesäästäjäksi ryhtymisen oletusarvoja (default). (Thaler ym. 2004: Ly, Mažar, & Soman 2013; Behavioral Insights Team 2015.)

Ihminen arvostaa nykyhetkeä enemmän kuin tulevaisuutta (Frederick, Loewenstein & O'Donoghue 2002), minkä vuoksi asioita voidaan helpostikin siirtää tulevaisuuteen tehtäväksi. Asioita jotka ovat merkittäviä, mutta saatavilla vasta viikkojen tai jopa vuosien kuluttua, arvostetaan vähemmän kuin jotain keskinkertaista joka on saatavilla nyt. Ihminen kuvittelee olevansa rationaalisempi ja jämäkämpi toimissaan ja päätöksissään huomenna, kuin nyt. Ajatusvinoumaan liittyvät keskeisesti tunteet ja nykyhetken määrittämisen selkeys. Tulevaisuudessa kaikki on mahdollista, koska tunteet eivät vaikuta siihen. (Ariely ym. 2017, 161-163.) Voitaan sanoa, että ihmisellä on yliluottamusharha (overconfidence bias) tulevaisuuden minän ratkaisukykyihin (Buehler, Griffin & Ross 1994). Kun siis teemme päätöksentekoa vaikeasta asiasta, josta olisi meille tulevaisuudessa hyötyä, vaatii paljon työtä, että ryhdymme sanoista tekoihin.

Rahan arvo vaihtelee eri aikoina. Samoin kuin nykyhetken arvostus, niin myös rahaa arvostetaan enemmän nyt kuin tulevaisuudessa. Hankalassa rahatilanteessa ajan diskonttaus vaikuttaa päätöksentekoon. Kaukana tulevaisuudessa saatava raha lakkaa olemasta arvokas. Jos siis saa valita ottaako raha nyt vai viikon kuluttua, ihmiset valitsevan tämän hetken. Poikkeuksen tähän tekee hyperbolinen diskonttaus, jolloin olemme valmiita odottamaan suurempaa palkintoa.

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemuksen tekemiseen kuluu aikaa ja sen eteen on nähtävä vaivaa. Rahoja joutuu vielä pahimmillaan odottamaan kuukausia. Tällaisessa tilanteessa voi rahan merkitys vähentyä ja ihminen voi tulkita, että palautuksesta tuleva hyöty viivästyy. Sen sijaan, että ihminen huomioi rahan tuoman hyödyn tulevaisuudessa, hän tarkasteleekin kuluva ja kulutettua aikaa. (Soman 2017, 64-65.) Lisäksi stressin on aivotutkimuksissa todettu vaikuttavan yhtenä tekijänä siihen osaan aivoista, jossa käsitys palkinnon odottamisesta ja välittömästä saannista muodostuu. (Haushofer 2011). Jos siis yrittäjä on stressaantunut, voi hänen käsityksensä parhaasta ratkaisusta hämärtyä.

Hakemuksen täyttöön kulutettu aika voidaan kokea sekä hyötynä että rasitteena. Voi siis olla, että koska yrittäjän työ on kiireistä ja asioita on priorisoitava, ei hakemusta tehdä, kun sen

aika on. Hakemuksen tekoon ei olla sitouduttu. (Soman 2017, 64-65.) Sitoutumiseen voidaan vaikuttaa, jos tulevaisuus saadaan sidottua nykyhetkeen. Eräs keino on, kuvitella mihin palautusrahat sijoitetaan yrityksessä. (Ariely ym. 2017, 105.) Tosin lienee turhauttavaa miettiä 50 euron sijoittamista. Ihminen kokee tappiokammosa, jos toimitus viivästyy. Jos arvonalisäveron palautukseen tulee lisäselvityspyyntö, joka siirtää palautuksen saamista tai palautus ei tulekaan samalla nopeudella kuin mihin on totuttu, niin koetaanko silloin myös tappiokammosa.

Ihmisillä on syvälle juurtunut taipumus valita helpoin vaihtoehto tai oikopolku. Pienikin este, lisävaatimus tai häiriö, vaikuttavat merkittävästi ihmisen toimintaan. Omenat syödään kulkhosta todennäköisemmin kuin appelsiinit, koska niitä ei tarvitse kuoria. Nämä toiminnan haitat (friction costs) on tunnistettava, jotta niihin voidaan vaikuttaa. (Halpern 2015, 58.) Toiminnan haittoja voidaan myös hyödyntää, kun ihmisen ei haluta tekevän jotain. Yritykset ovat esimerkiksi poistaneet toiminnan haittoja saadakseen asiakkaita, mutta tehneet palvelusta luopumisen asiakkaille vaikeaksi. Myös kohdemaata voi luoda toimintaan haittoja, kuten kielivaatimukset, jolloin hakeminen muuttuu työlääksi.

Aika luo myös illuusioita, koska aika on suhteellista. Ihminen kokee kuluttavansa paljon aikaa tehtävään, jossa on eri vaiheita, jotka vaativat ajattelutyötä. Myös, jos ihminen on tottunut siihen, että tehtävä kestää kolme minuuttia, hän hyväksyy sen. Mutta jos saman tehtävän kesto vaihtelee 30 sekunnista viiteen minuuttiin, se luo turhautumista ja mielikuvan siitä, että kolme minuuttia on pitkä aika. (Weinschenk 2011, 84.) Jos siis hakemusprosessissa on vaiheita, joissa joutuu etsimään tietoa ja miettimään ratkaisuja, voi prosessi tuntua pitkäkestoisemmalta ja siten myös haastavammalta. Myös itse prosessin eri vaiheiden tulisi tapahtua sääntölisesti saman kestoisina, jotta ihminen tietäisi esimerkiksi, miten monen viikon tai kuukauden kuluttua päätöstä tulisi odottaa.

Ranskalainen sosiologi Durkheim (1960) näki ajan sosiaalisena rakenteena minkä avulla kulttuurin jäsenet voivat koordinoita toimintaansa (Trompenaars & Hampden-Turner 1997, 121). Tällä on merkitystä, kun mietitään arvonalisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessia kokonaisuudessaan. EU-direktiiveissä on prosessille annettu tiettyjä aikamääreitä, kuten esimerkiksi hakemuksen käsittelyaika, joita jäsenvaltioiden tulee noudattaa. Riippuen maasta ja sen kulttuurista voi aikakäsitys vaihdella merkittävästi maittain. Se vaikuttaa miten hakemuksen käsittelyyn suhtaudutaan. Joissain kulttuureissa määrääjat ovat ehdottomia takarajoja, kun taas toisissa maissa ne nähdään pikemminkin suuntaa-antavina tavoitteina. Toki mahdollisen viivästymiskoron maksaminen on voinut auttaa tarkentamaan määrääjoissa pysymistä.

Hall (1959; 1990) on jakanut kulttuureita tämän mukaan monokronisiin ja polykronisiin. Monokronisissa maissa kulttuurinen aikakäsitys on lineaarinen, kun taas polykronisissa syklinen. Esimerkiksi Saksa ja pohjoismaat on jaoteltu erittäin monokronisiin maihin. Näissä maissa arvos-

tetaan täsmällisyyttä, aikatauluja ja tuloksia, kun taas esimerkiksi etelä-Euroopan maista Italia voidaan nähdä polykronisena maana. Polykronisissa maissa arvostetaan ihmissuhteita, eikä työ- ja vapaa-aikaa jaotella. (Gesteland 2003, 57-58; Trompenaars & Woolliams 2003, 85.) Jako monokronisiin ja polykronisiin maihin riippuu pitkälti tulkitsijasta ja vertailukohteista. Vaikka Italia voidaan ymmärtää eurooppalaisittain polykroniseksi maaksi, niin suhteutettuna Aasian maihin, voi näkökulma muuttua melko monokroniseksi.

Trompenaars ja Woolliams (2003, 85-86) vuorostaan tulkitsevat kulttuuria seitsemän ulottuvuuden kautta, joista aika on yksi. Aika voidaan ymmärtää joko vaiheina tai yhtäaikaisena. Ajan tulkintaan liittyy myös miten eri kulttuureissa ihmiset suhtautuvat menneisyyteen, nykyhetkeen ja tulevaisuuteen. Näkökulmassa on pitkälti samaa kuin Hallin aikakäsityksessä.

Palautusta hakeva voi törmätä kulttuurieroihin prosessin aikana. Esimerkiksi Saksassa pidetään kiinni aikatauluista ja on epäammattimaista myöhästyä, kun taas Italiassa kymmenen minuutin myöhästymistä ei ole tarpeen pahoitella. Siinä missä suomalainen on tottunut melko lailla tehokkaaseen ja suoraviivaiseen toimintaan, voi hänen hakuprosessiaan haitata kohde- maan ehkä hieman suurpiirteisempi suhtautuminen palautushakemuksen käsittelyyn. Suomalainen on tottunut siihen, että sääntöjä noudatetaan ja aikatauluista pidetään kiinni. Jos näin ei tapahdu, voi se lisätä hakijan epävarmuutta prosessin lopputuloksesta.

5 Informaatiomuotoilu

Teollinen muotoilija Dieter Rams on sanonut, että välinpitämättömyys ihmisiä ja heidän elämän realiteetteja kohtaan on oikeastaan muotoilun ainut kuolemansynti (Katz 2012, 21). Vaikka hän näin sanoessaan varmastikin viittasi ensisijaisesti tuotemuotoiluun, ollaan muussakin muotoilussa, kuten palvelu- ja informaatiomuotoiluissa, otettu ihminen keskiöön.

Informaatiomuotoilun kuvataan olevan moniulotteista ja monitieteistä. Informaatiomuotoilussa otetaan vaikutteita muotoilusta, viestinnästä, tietojenkäsittelystä, kielitieteestä, kognitiivisista tieteenaloista, taiteesta ja esteettisistä tieteenaloista, mediatuotannon teknologioista sekä yritysmaailmasta. (Pettersson 2011, 3.) Informaatiomuotoilulla pyritään abstraktin tiedon mahdollisimman selkeään kuvalliseen esittämiseen, joka on tulkittavissa ja tunnistettavissa ja josta ihmiset löytävät merkityksiä. Tämä erottaa informaatiomuotoilun muusta visuaalisesta viestinnästä, jolla voidaan kuvata esimerkiksi arvoja ja mielikuvia. (Koponen ym. 2016, 23.)

Visuaalisia esityksiä voidaan pitää kognitiivisina artefakteina, koska ne voivat täydentää ja vahvistaa henkisiä kykyjämme. Visualisoinnin taustalla voi olla seuraavien kognitiivisten periaatteiden yhdistelmiä (Meirelles 2013, 13.):

- tiedon kirjaus
- tiedon selittäminen

- työmuistin kasvattaminen
- haun helpottaminen
- löytämisen helpottaminen
- havainnollisen päättelyn tukeminen
- havaitsemisen ja tunnistamisen parantaminen
- todellisen ja teoreettisen maailman mallien tuottaminen
- tietojen manipulointi

Visualisoinnin etuna on selkeyttää epäselvää tai helposti väärinymmärrettävää tekstimuotoista tietoa. Visualisoinnilla voidaan viestiin tuoda selkeyttä ja antaa lisäinformaatiota kootusti, kuten taulukoiden muodossa. Visualisointi voi auttaa tiivistämään kirjoitettua tekstiä, kuvaamaan asiayhteyksiä ja syy-seuraus -suhteita. Visualisointi voi myös tehdä materiaalista lukijalle kiinnostavampaa. Tiedon, käsitteiden ja ideoiden esittelyssä voidaan käyttää vuo- ja organisaatiokaavioita, karttoja, piirroksia, diagrammeja, infografiikkaa, kuvia, animaatioita ja videoita. (Bovée & Thill 2012, 384, 394-396.) Esimerkiksi opinnäytetyön kehittämistehtävää ajatellen prosessikaaviolla voidaan kuvata arvonalisäveron ulkomaalaishakuprosessia ja tuoda hakijalle lisäarvoa selkeyttämällä prosessin eri vaiheita, aikataulua ja vastuunjakoja.

Teknologiakehitys ja muutokset ihmisten odotuksissa, ovat vaikuttaneet siihen, että yritysviestinnässä on tapahtumassa visuaalinen evoluutio. Aiemmin visuaalinen muotoilu jätettiin ulkopuolisille asiantuntijoille, mutta esimerkiksi tietokoneohjelmistojen kehittyessä ja niiden käytön helpottuessa, on visuaalinen muotoilu laajemman käyttäjäryhmän tavoitettavana. Yritykset voivat itse tuottaa visuaalista materiaalia edullisesti ja nopealla aikataululla. Kuitenkin asiakkaiden visuaalisen tiedon lukutaito (visual literacy) voi merkittäväällä tavalla vaikuttaa siihen, ymmärretäänkö visuaalista viestiä. Tämän vuoksi kyky tehdä oikein tulkittavaa visuaalista tietomateriaalia tulee olemaan avainasemassa yritysmaailmassa. (Bovée ym. 2012, 379.) Viime vuosina esimerkiksi lehdistö on alkanut tuottamaan tietoa visuaalisin keinoin. Esimerkiksi kuviossa 2 on Helsingin Sanomien suomalaisten eläkekertymiä koskevassa artikkelissa liisätty tilasto- ja grafiikkakuvia auttamaan tiedon hahmottamista.



Kuvio 2: Visuaalisia keinoja tiedon kuvaamiseen. (Muhonen & Sirén 2018)

5.1 Informaatiomuotoilu tiedon välittämisen keinona

Näköaisti ja kielellinen kehitys tapahtuvat lähes samassa tahdissa, minkä vuoksi visuaalinen elämys liittyy myös kulttuuriin (Seppänen 2008, 96). Kuvallinen viestintä liittyy erityisesti järjestelmä 1:n nopeaan ajatteluun, kun taas hitaaseen järjestelmä 2:een liittyvät kieli ja käsitteelliset rakenteet. Aivot siis työstävät sanallista ja visuaalista informaatiota eri tavoin. Visualisointi voidaankin ymmärtää kuvan ja kirjoituksen sekamuodoksi, jonka tulisi tukea sekä järjestelmä 1:n että järjestelmä 2:n ajattelua. (Koponen ym. 2016, 17, 19.)

Ihminen kykenee keskittymään yhteen aiheeseen vain tietyn aikaa, eikä se ole kovin pitkä aika. Ihmisen huomio on saatava palautettua aiheeseen. (Pettersson 2016, 41.) Tämä on haasteellista erityisesti silloin, kun kyseessä on suuren tietomäärän omaksuminen johon ei ole aiempaa tietopohjaa. Visuaalisen ja sanallisen tiedon tehokas käyttäminen helpottaa tiedon omaksumista ja palautumista mieleen. Visualisointi helpottaa tiedon jäsentämistä ja sen liittämistä oikeaan asiayhteyteen. (Dirksen 2016, 95-96.) Paivion (1991) kehittämän kaksoiskoodusteorian mukaan sanallinen tieto tallentuu verbaaliseen järjestelmään käsitteinä, kun taas kuvallinen tieto tallentuu nonverbaaliseen järjestelmään mielikuvina. Kun tietoa käsitellään molemmissa järjestelmissä, kuvallisena ja sanallisena, se kaksoiskoodautuu. Tällöin tiedon muistijälki on vahvempi. (Koponen ym. 2016, 19.)

Vaikka visuaalisointiin liittyy esteettisyys, se ei saa haitata rakenteellista selkeyttä, joka on informaatiomuotoilun vaatimus. Esitystavan valintaan vaikuttavat rakenteelliset visuaaliset kriteerit, jotka parhaiten soveltuvat tiedon kuvaamiseen. Kuitenkin esteettisesti miellyttävät visualisoinnit on helpompia ymmärtää. (Koponen ym. 2016, 75, 77).

Visuaalista muotoilua voidaan hyödyntää monin eri tavoin viestinnässä ja oppimisessa, kuten esimerkiksi koristeena, kuvaamaan etenemistä tai konseptin tai metaforan kuvaamisessa. Näistä erityisesti etenemisen kuvaus on oleellista opinnäytetyön aiheen kannalta, koska erityisesti etenemisen ajallinen kuvaus voidaan kokea käyttökelpoisena lopputulokseen pääsemisessä. (Dirksen 2016, 95). Ihmisiä myös motivoi pienikin tieto edistymisestä (Weinschenk 2011, 127) ja etenemisen kokemus on tärkeää. Esimerkiksi verkkokaupassa itse ostotapahtumassa monesti kuvataan ostoprosessin etenemistä maksuun ja kaupan vahvistukseen. Myös jonotustilanteissa ihmisen tulisi kokea jatkuvasti liikkuvansa eteenpäin, sen sijaan, että syntyisi pysähdyksiä. Mielikuvaa takaisin päin palaamisesta tai peruuttamisesta tulisi välttää. (Soman 2017, 90.) Ihminen pysyy melko lailla tyytyväisenä, kun hänellä on mielikuva prosessin etenemisestä, vaikkei se välttämättä etenisikään. Arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessissa on muutama kohta, joissa voidaan kokea peruuttamista. Näitä ovat esimerkiksi hakemuksen vastaanottamiskuittauksen puuttuminen tai lisäselvityspyynnön saaminen.

Muotoilulla vaikutetaan viestintäkokemuksen tehokkuuteen, vaikuttavuuteen ja luonteeseen luomalla olosuhteet, joissa kokemus syntyy (Davis & Hunt 2017, 14). Tiedon kuuluu pohjata faktatietoon, eikä se saa olla harhaanjohtavaa. Visuaalisen viestinnän haasteena on antaa suuri määrä tietoa pienessä tilassa ymmärrettävästi. Monet visuaalisen viestinnän ohjenuorat kehottavat juuri tähän. Esimerkiksi KISS (Keep It Short and Simple tai Keep It Simple Stupid) ohjeistaa pitämään visualisoinnin yksinkertaisena ja keskittymään olennaiseen. Tämä vuorostaan pohjaa satoja vuosia vanhaan Occamin partaveitsi -ajatteluun (Ockham's Razor), jota voidaan kutsua myös niukkuusperiaatteeksi. Occamin partaveitsi -ajattelussa pyritään siihen, että tarpeeton aineisto kuoritaan pois, jotta saavutetaan jotain yksinkertaisempaa. Näin päästään epäjohdonmukaisuuksista, moniselitteisyyksistä ja liiasta tai tarpeettomasta tiedosta sekä päästään itse aiheen ytimeen. (Ambrose & Harris 2016, 54.) Informaatiomuotoilun rikkomaton kultainen sääntö on valita esitystapa, joka "tuottaa mahdollisimman selkeän lopputuloksen" (Koponen ym. 2016, 32). Yksinkertaistamisen haasteena on tiedon oikeanlainen karsiminen, jottei väärinymmärryksiä synny tai sanoma muutu.

Visualisointia tulee käyttää ainoastaan silloin, kun asian selittäminen ei ole sanallisesti selkeää. Visualisoinnin merkityksen määrittelee se, että rakenne auttaa hahmottamaan aineistoa paremmin kuin teksti. Kuva ymmärretään ja se antaa vastauksen katsojan kysymyksiin. (Koponen ym. 2016, 30.)

5.2 Näköhavainnon toiminnasta

Visuaalinen muotoilu hyödyntää ihmisen näköaistia. Se on ihmisen vahvin aisti, joka välittää tietoa aivoihin muita aisteja tehokkaammin. Tietoinen mieli kuitenkin hahmottaa vain murtoosan kaikilta aisteilta saamasta tiedosta ja silmätkin pystyvät tuottamaan aivoihin tarkkaa tietoa vain viisi prosenttia kaikesta havainnoimastaan visuaalisesta maailmasta. Kokonaisuuden

hahmottaminen ei siis tapahdu heti, vaan se muotoutuu pienistä näköhavainnoista kerrallaan. Tähän osaltaan liittyy ihmisen rajallinen visuaalinen työmuisti, joka pystyy käsittelemään vain noin kolmea asiaa yhtä aikaa saamistaan miljoonista visuaalisista viesteistä. (Koponen ym. 2016, 17; Ware 2008, 6, 11.) Ihmisen visuaaliseen ajatteluun liittyy sääntöjä, jotka tiedostamalla, voidaan halutun visuaalisen viestin ymmärtämistä auttaa. Ihmisen visuaalinen ajattelu koostuu havainnoista, silmän liikkeistä ja hahmontunnistuspiireistä (Ware 2008, 4).

Ihmisen näköaisti on rajoittunut ja tarkoitushakuinen. Näköaisti valikoi näkemäänsä. Näköaisti pyrkii huomioimaan muutosta, kuten liikettä, muodon- tai kirkkaudenmuutosta. (Seppänen 2008, 95.) Näköaistin tarkoitushakuisuuden vuoksi ihminen keskittyy siihen asiaan, mikä on oleellista kussakin tilanteessa ja jättää huomioimatta niin sanotun tarpeettoman tiedon. Tämä on esimerkiksi pystytty todentamaan tutkimuksissa, missä ihmisiä on pyydetty seuraamaan yhtä asiaa videolta. Voimakas keskittyminen johtaa siihen, että räikeätkin muutokset keskittymiskohteen ulkopuolella jäävät huomaamatta. (Simons & Chabris 1999; Most, Simons, Scholl, Jimenez, Clifford, & Chabris, 2000; Rensink, O'Regan & Clark 1997.) Mutta visuaalinen muutos voi jäädä havaitsematta myös silloin, kun muutosta etsitään (Simons, Franconeri, & Reimer, 2000). Ihminen ei hahmota esimerkiksi hitaasti tapahtuvaa muutosta, kuten vaikkapa ruohon kasvua. Ihmiset eivät kykene havainnoimaan kaikkea visuaalista yhtä aikaa, mikä siten rajoittaa yksityiskohtien hahmottamista ja tuo siten omat haasteensa visuaalisen tiedon luomiseen.

Ihmiseltä kuluu 2-3 sekuntia kuvan sisällön tunnistamiseen, 20-30 sekuntia saman kuvan sanallisen tekstin lukemiseen ja 60-90 sekuntia sen ääneen lukemiseen. Aikaisempi kokemus ja konteksti ovat tärkeitä sisällön havainnoinnissa, niin sanallisen kuin visuaalisen kielen osalta. Havainnointikyky on riippuvainen selkeydestä. Havainnointikyky pohjaa järjestelmällisyyteen, minkä vuoksi ihmiset luovat yhteyksiä asioiden ja ihmisten kesken. (Pettersson 2016, 64, 65.)

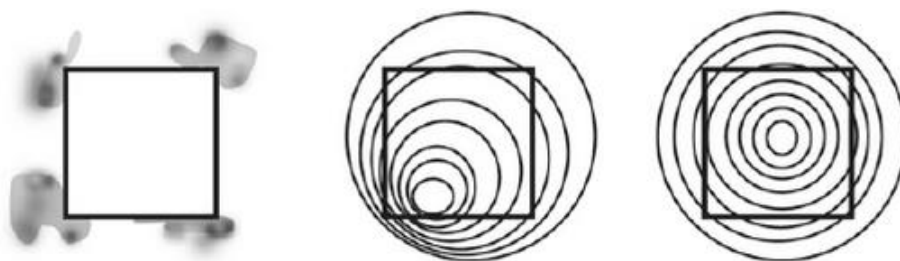
Hahmopsykologinen koulukunta on pyrkinyt tunnistamaan hahmolait (gestalt laws) joiden mukaan muodostamme ryhmiä ja kokonaisuuksia yksittäisistä visuaalisista piirteistä. Hahmolaista ei ole olemassa yksiselitteistä luetteloa, koska tutkijat eivät ole täysin yksimielisiä siitä, mitkä visuaaliset jäsentelyperiaatteet määrittävät hahmolait ja mitkä ovat jonkun lain muunnelmia. (Koponen ym. 2016, 91.) Esimerkiksi tässä työssä esiteltävä kuvion erottumisen lakia ei määritellä hahmolaiksi.

Petterssonin mukaan informaatio suunnitteli hyötyä eniten seuraavien hahmolakien käyttämisestä kuvion erottumisen taustasta lain (figure-ground principle) lisäksi, minkä vuoksi opinäytetyössä keskitytään näiden hahmolakien esittelyyn (Black, Luna, Lund & Walker 2017, 428):

1. Läheisyyden laki (proximity principle)

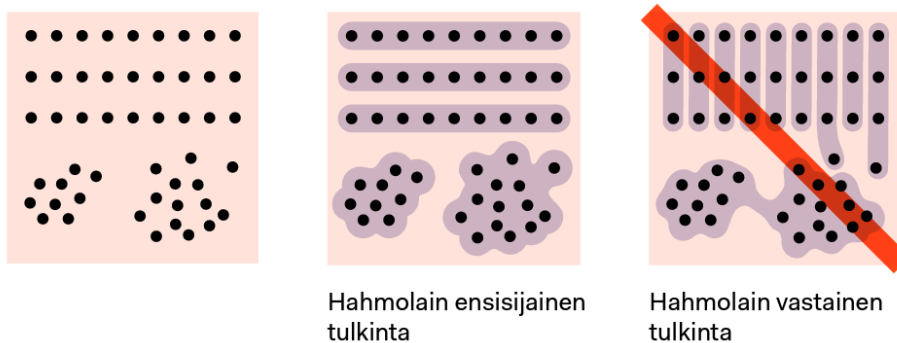
2. Samankaltaisuuden laki (similarity principle)
3. Kontrastiperiaate (contrast principle)
4. Ryhmittely laki (grouping principle)
5. Yhteisen liikkeen laki (common fate principle)
6. Hyvän jatkon laki eli jatkuvuuden laki (continuity principle)
7. Sulkeutuvuuden laki (closure principle)

Kuvion erottuminen taustasta laki liittyy siihen, miten kuvio on hahmotettavissa taustasta. Lain mukaan ihminen erottaa jotkin kohdat kuvasta varsinaiseksi kuvioksi ja muu osa on taustaa. (Koponen ym. 2016, 92; Black ym. 2017, 428-429.) Kuviossa 3 vasemmalla olevassa kuvituksessa neliö on mahdollista hahmottaa erilliseksi kuvioksi läiskäistä taustaa vasten. Sen sijaan kahdessa muussa kuvituksessa neliö on vaikeampi erottaa taustasta.



Kuvio 3: Kuvion erottuminen taustasta laki. (Black ym. 2017, 429.)

Läheisyyden laissa ihminen erottaa yksittäiset kuvioelementit, mutta mieltää ne ryhmiksi sen mukaan, miten lähellä ne ovat toisiaan. Toisiaan lähellä olevat elementit luetaan kuuluvan samaan ryhmään ja niitä käsitellään ryhmänä, kun taas toistaan kaukana olevat elementit erillisiksi. (Black ym. 2017, 432.) Kuviossa 4 esitetään läheisyyden lain oikea ja väärä tulkinta. Vasemmalla on alkuperäinen kuva, jota tulkitaan. Keskellä läheisyyslain mukaisesti ryhmitelty kuva. Oikealla, miten ihminen ei ryhmittäisi kuviota.



Kuvio 4: Läheisyyden laki. (Koponen ym. 2016, 92)

Samankaltaisuuden laissa kohteet jotka muistuttavat toisiaan mielletään yhteenkuuluviksi. Samankaltaisia piirteitä voivat olla kirkkaus, väri, tummuus, suunta, kuvio, muoto, koko, tekstuuri tai arvo. Ryhmittelemällä muistin lyhytaikainen kognitiivinen rasite vähenee automaattisesti. (Black ym. 2017, 431.) Kuviossa 5 samanlaiset kuvat ryhmitellään yhteen kuuluviksi joukoiksi.



Kuvio 5: Samankaltaisuuden laki. (Koponen ym. 2016, 92)

Kontrastiperiaatteen mukaisesti ihmisellä on tapana järjestellä näkemäänsä niiden vastakkaisuuksien mukaan. Vastakkaiset asiat korostavat toisiaan. Vastakkaisuuksia on runsaasti, esimerkiksi koko-, väri-, ja muotoerot, valon vaihtelut, sijoitukset ja sanat. (Black ym. 2017, 431.) Kuviossa 6 kaikki pallot ovat saman värisiä, mutta koska taustaväri vaihtuu valkoisesta mustaan kontrasti saa ne näyttämään eri sävyisiltä.



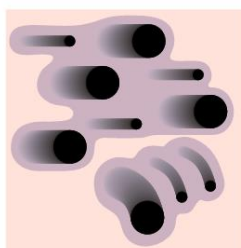
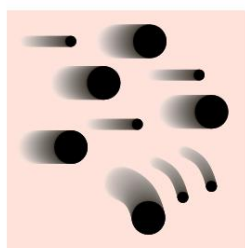
Kuvio 6: Kontrastiperiaate. (Pettersson 2011, 128.)

Useimmat kuvat määritellään rajalla. Rajaa ei kuitenkaan tarvita muodon havaitsemiseksi. Kun pienet elementit on muodostettu ryhmiin, ne nähdään suurempina kuvioina. Saman alueen periaatteet, yhteys, läheisyys, samankaltaisuus ja symmetria luovat ryhmittelyn. Visuaalinen ryhmittely luo kokonaiskuvan ryhmittelyn lain mukaisesti. (Black ym. 2017, 433.) Kuviossa 7 pienien pisteiden asettelu ryhmään on luonut uuden kuvion, neliön.

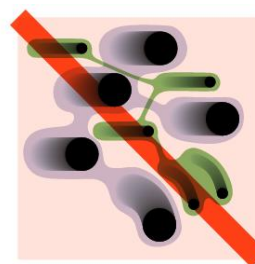


Kuvio 7: Ryhmittelyn laki. (Black ym. 2017, 433.)

Yhteisen liikkeen laissa ihminen tulkitsee yhdessä liikkuvat kohteet yhteenkuuluviksi (Koponen ym. 2016, 92). Eräs esimerkki tästä on lintuparvet. Linnut jotka lentävät samaan suuntaan ymmärretään yhdeksi parveksi, erotuksena lintuihin, jotka liikkuvat eri suuntiin.



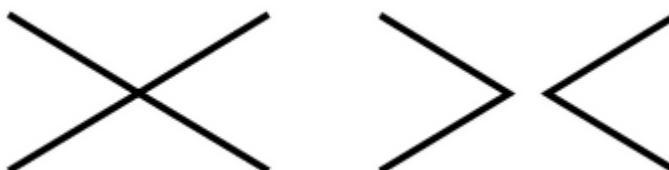
Hahmolain ensisijainen tulkinta



Hahmolain vastainen tulkinta

Kuvio 8: Yhteisen liikkeen laki. (Koponen ym. 2016, 92)

Hyvän jatkon laissa (tai jatkuvuuden laki) viivat, jotka risteävät tulkitaan kahdeksi suoraksi viivaksi. Erotuksena siihen, miten kuviossa 9 oikealla oleva kuva osoittaa viivojen kulmien kohtaavan kärjistä. (Black ym. 2017, 432.)



Kuvio 9: Hyvän jatkon laki eli jatkuvuuden laki. (Black ym. 2017, 432.)

Sulkeutuvuuden lain mukaan aina, kun elementeistä muodostuu suljettu muoto, ihminen tulkitsee ne yhteenkuuluviksi. Tämä tulkinta syntyy myös silloin, kun kuviosta puuttuu osia. (Koponen ym. 2016, 93.) Kuviossa 10 voidaan nähdä, miten vasemmalla oleva kuvio tulkitaan koostuvan kokonaisesta ympyrästä ja viivasta (keskimmäinen kuva). Sen sijaan, että viiva olisi peittänyt tiedon siitä, että kyseessä olisi kaksi puolikasta ympyrää.



Kuvio 10: Sulkeutuvuuden laki. (Koponen ym. 2016, 93)

5.3 Teksti ja typografia

Visuaalisen kommunikoinnin tulkinnat liittyvät aina asiayhteyteen. Iso musta neliö koetaan raskaammaksi kuin pieni musta neliö, koska olemme oppineet yhdistämään painon massaansa. Myös kirjoitetussa tekstissä on visuaalisia tulkintoja, jotka pohjaavat pitkälti kulttuuriin ja kokemuksiin. Esimerkiksi suomen kieltä luetaan vasemmalta oikealle ja isot kirjaimet tulkitaan tekstissä huutamiseksi. (Davis ym. 2017, 8.) Samoin kuin ihmiset tunnistavat visuaalisia merkkejä, joihin ovat kulttuurissaan tottuneet, ihmiset lukevat parhaiten kirjaintyyplejä, joita ovat tottuneet lukemaan. Uudenlaisen kirjaintyylin lukeminen voi olla hidasta, jollei jopa mahdollista. (Koponen ym. 2016, 278.)

Informaatiomuotoilussa hyödynnetään visuaalisia elementtejä, mutta myös tekstiä esimerkiksi nimiöissä, selitteissä ja opasteissa. Typografia on tekstin esitysasun muotoilua. Informaatiomuotoilun vaatimus selkeydestä määrittyy typografiassa tekstin luettavuudella. Luettavuuteen liittyy miten tunnistettavaa (legibility) ja helppolukuista (readability) kirjoitettu teksti on. Kirjaintyyppin eli fontin muotoilu ja valinta määräävät sanojen tunnistettavuuden ja miten kirjaimet erottuvat toisistaan. Helppolukuisuuteen vaikuttavat palstan muoto, riviväli ja rivien pituus, varsinaisen lukemisen helppouden ja fonttivalintojen lisäksi. (Koponen ym. 2016, 269; Pettersson 2011a, 47.) Koska visualisointeja luetaan ajatuksella, tulisi kirjaintyyppi valita sen mukaan, että se tukee tekstin lukemista.

Tekstin luettavuuteen ei siis vaikuta tekstin sisältö, vaan kirjoitusasu. Sisältö kuitenkin vaikuttaa arvoon minkä lukija kirjoitukselle antaa (reading value). Tekstin tulisi olla sellainen, että kohdeyleisön kannattaa lukea se. Kuitenkin se minkälaiseksi kirjoitus koetaan, on yksilöllistä. (Pettersson 2016, 47.)

Fontit luokitellaan pääryhmiin, joita kutsutaan kirjaintyypleiksi, eikä mikään käytössä olevista luokittelutavoista ole noussut universaaliksi standardiksi. Informaatiomuotoilussa pääasiassa renessanssi- ja siirtymäkauden antiikvat, perinteiset ja humanistiset groteskit sekä egyptienet ja clarendonit ovat muodostuneet käyttökelpoisiksi kirjaintyypleiksi. (Koponen ym. 2016,

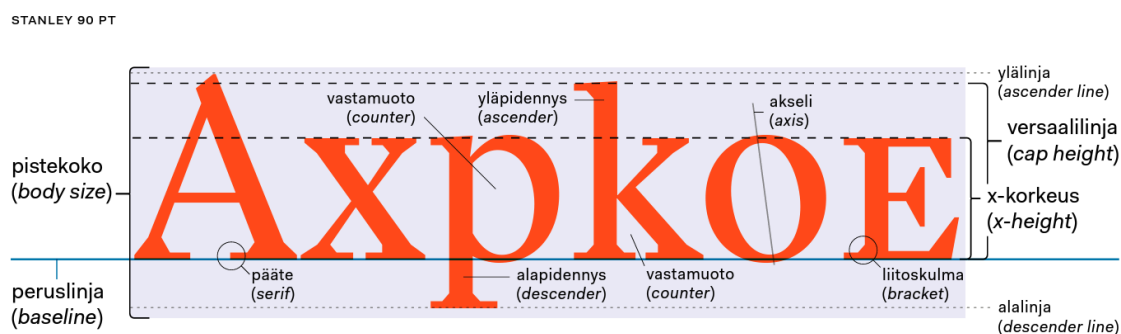
274-275.) Kirjaintyylin valinnassa vaikuttavat pitkälti tunnistettavuus. Jos on vaikea erottaa kirjaimia toisistaan se haittaa tekstin luettavuutta. (Vertaa kuvio 11.)



Kuvio 11: Keskenään sekoittuvia merkkejä ja kirjainpareja. (Koponen ym. 2016, 275.)

Kirjaintyyppi voi muodostaan kirjainperheen, johon kuuluu useita leikkauksia, joista ehkä tunnetuimmat ovat *kursiivi* ja *lihavointi*. Lisäksi voi olla eri levyisiä kirjaintyypppejä, kuten kavennettu (condensed, compressed, narrow) ja/tai levennetty (extended, expanded, wide). On kuitenkin huomioitava, että kursiivilla tai kapealla fontilla kirjoitettu teksti on vaikealukuisempaa. (Koponen ym. 2016, 276-278.) Kavennettujen kirjaintyyppien käyttö säästää tilaa, mutta voi haitata luettavuutta varsinkin, jos kirjoitus on pientä.

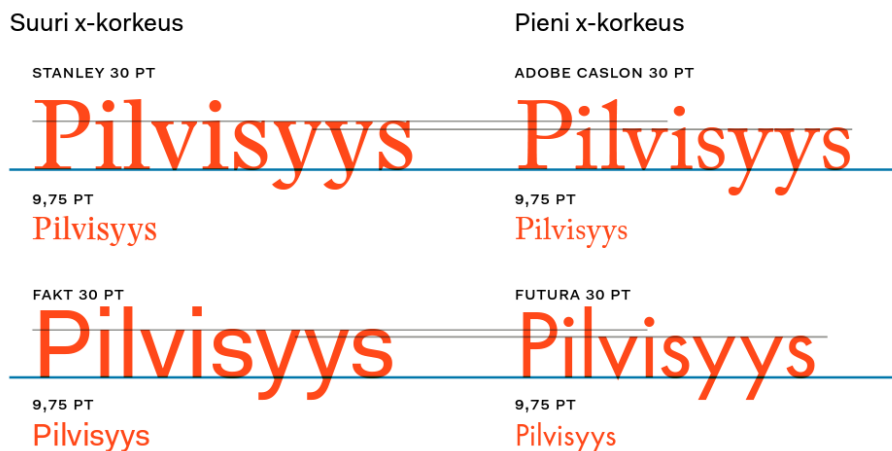
Pistekoko vaikuttaa eniten tekstin luettavuuteen. Pistekoko asettaa periaatteessa ylärajan varsinaisten kirjainten korkeudelle. Käytännössä kuitenkin eri fonteissa kirjainten ylä- ja alalinjat ovat lähes samoissa kohdissa, eikä korkeuseroja kirjaintyylien kesken esiinny. (Vertaa kuvio 12.) (Koponen ym. 2016, 270.)



Kuvio 12: Pistekoko ja muita typografisia käsitteitä. (Koponen ym. 2016, 270.)

Kirjaintyylien kokoeroja pistekokoa paremmin selittää x-korkeus, joka on pienaakkosten korkeus, erityisesti pienen x-kirjaimen korkeus. Luettavuus säilyy parempana pienessäkin pistekokoissa fonteissa, joissa on suuri x-korkeus. Vertaa kuvio 13, jossa kaikki esimerkit ovat samaa

pistekokoa, mutta eroa luettavuuteen on havaittavissa vasemmalla olevien suurten x-korkeuden fonttien ja oikealla pienten x-korkeuden fonttien kesken. (Koponen ym. 2016, 270-271.)



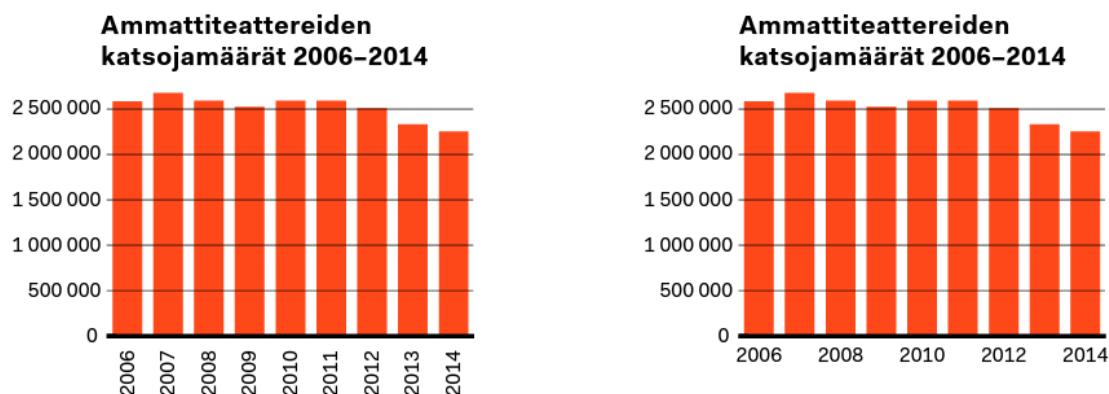
Kuvio 13: x-korkeus. (Koponen ym. 2016, 271.)

Fontin pistekoko ilmaistaan typografisella mittayksiköllä piste (pt). Yksi piste on 1/72 tuumaa eli 0,3528 mm. Huomioitavaa on, että yleensä tietokoneen näytöllä oleva pistekoko ei vastaa tekstin fyysistä kokoa vaan pikseleitä (px). (Koponen ym. 2016, 271.)

Tekstin suunnalla on merkitystä luettavuuden kannalta. Pystyteksti tai ylhäältä alas ladottu teksti ovat vaikeampilukuisempia kuin vaakasuoraan kirjoitettu teksti. (Vertaa kuvio 14.) Myös aikasarjojen luettavuutta helpottaa vaakasuoraan kirjoitetut vuosiluvut, vaikka osa vuosiluista olisi jätetty pois. (Vertaa kuvio 15.) (Koponen ym. 2016, 281.) Ihmisen taipumus täyttää puuttuva tieto auttaa ymmärtämistä.



Kuvio 14: Kirjoitetun tekstin luettavuus eri tavoin tarkasteltuna (Koponen ym. 2016, 281.)



Kuvio 15: Vuosiluvut pysty- ja vaakasuunnassa. (Koponen ym. 2016, 281)

5.4 Värin merkitys

Viestinnän suunnitteluun liittyy värien valinta. Väriä voidaan käyttää luomaan kontrastia, korostamaan ja tuomaan esille tärkeitä kohtia visuaalisessa esityksessä. Eniten värien ulkonäköön ja tulkintaan vaikuttaa niiden välittömät ympäristötekijät. Vasta tämän ympäristösuhteen jälkeen tulevat värien perustekijät: värisävy (= hue), tummuus (vaaleus, valotiheys, valonööri, valoisuus = lightness tai kirkkaus = brightness) ja puhtaus (= purity tai kylläisyys, satu-raatio = saturation). (Ambrose ym. 2016, 114; Huttunen 2016, 28.)

Puhekielessä on käytössä yksitoista muistiväriä: punainen, vihreä, keltainen, sininen, musta, valkoinen, pinkki, harmaa, oranssi, ruskea ja violetti (Huttunen 2016, 21). Kun näihin väreihin lisätään syaani, saadaan värisarja, jota suositellaan käytettäväksi koodaamisessa, koska nämä värit tunnetaan yleisesti eri kulttuureissa. (Ware 2013, 126). Merkittävin värinkäytön periaate erityisesti pienen ja yksityiskohtaisen tiedon esittämisessä on luminanssieron (luminance contrast) huomioiminen. Selkein luminanssiero on nähtävissä mustan ja valkoisen välillä. Luminanssieron merkitys korostuu erityisesti, kun pienen tekstin luettavuutta halutaan parantaa. Taustan ja tekstin luminanssieron tulee olla suuri, jotta teksti erottuu. (Ware 2008, 75–76.)

Värejä käytetään myös symboloimaan erilaisia asioita ja näin nopeuttamaan havainnointia, mutta on huomioitava, että värien tulkinta vaihtelee kulttuureittain. Länsimaissa punainen kuvaa vaaraa, kuumuutta ja pysähtymistä, mutta Kiinassa se tarkoittaa onnea ja uudistumista. Musta kuvaa länsimaissa surua, kun taas valkoinen on Aasiassa surun väri. Viestinnässä yleisesti käytettyjen väriyhdistelmien valinnan tulisi siis pohjata ihmisten yhteiseen kokemustaustaan. Värien ja väriyhdistelmien viestinnällinen merkitys, assosiaatio, syntyy vasta silloin, kun se on esiintynyt riittävän usein tietyssä käyttötilanteessa. (Ware 2008, 96; Huttunen 2016, 115, 117.) Väriyhdistelmät auttavat paikallistamaan tuotteen kaupanhyllältä tai politiikassa ”tunnustamaan väriä”. Mutta vaikka väriä voidaan käyttää parantamaan havainnointia,

sitä ei tulisi käyttää ainoana vihjeenä (Krug 2006, 83). Värien käytössä tulee huomioida myös värisokeuden tuomat rajoitteet.

5.5 Verkostomallit informaatiomuotoilun lajityyppinä

Visuaalisten elementtien hierarkia liittyy muotoilussa pitkälti painotuksen ja huomion suhteeseen. Chen mainitsee hierarkioiden visualisoinnin olevan yksi kaikkein kypsimmistä ja aktiivisimmista tiedon visualisoinnin haaroista (Chen 2006, 89).

Hierarkkiset systeemit ovat järjesteltyjä tiloja, joissa elementit ja/tai niiden alaryhmät on aseteltu suhteessa toisiinsa ja kokonaisuuteen. Nämä suhteet vaihtelevat toimialueen ja järjestelmän mukaan, mutta yleensä ne voidaan kuvata elementtien ominaisuuksien ja lakien mukaan. Järjestetyt tietueet on esitetty visuaalisesti kahtena perusmuodossa, jotka yhdistetään toisinaan myös pinottuihin ja sisäkkäisiin järjestelmiin. (Meirelles 2013, 17.)

Hierarkkisissa rakenteissa järjestetyt tietojoukot esitetään kahdessa graafisessa muodossa tai niiden yhdistelmässä, pinottuna tai sisäkkäin. Pinottuina elementit järjestetään suhteessa toisiinsa: pystysuoraan, vaakasuoraan tai keskitetysti (ylivertainen / huonompi, keskiosa / kehä). Monissa tapauksissa elementit yhdistetään linjoilla. Linjat ovat yksiulotteisia visuaalisia elementtejä, joilla voidaan kuvata myös suuntaa. Sisäkkäisissä järjestelmissä elementit sijoitetaan keskinäisen riippuvuuden ja alistumisen mukaan. (Meirelles 2013, 18.)

Verkostomallit ovat puutyyppejä malleja (tree structure diagram), joilla kuvataan hierarkioita. Puutyyppeihin malleihin kuuluvat organisaatiokaaviot, vuo- eli prosessikaaviot, lohkokaa- viot, virtauskuviot eli sankey-kuviot sekä ruutupuut eli treemap ja mosaiikki- eli Marimekko-kuviot. (Koponen ym. 2016, 234-237.) Tässä työssä käsitellään yksinomaan organisaatio- ja prosessikaaviota kehittämistyön tavoitteen vuoksi.

Organisaatiokaaviota käytetään nimensä mukaisesti kuvaamaan organisaation komentosuhteita. Organisaatiokaaviolla voidaan kuvata myös laajan tietokokonaisuuden sisällöllistä rakennetta. Prosessikaaviossa edetään nuolia pitkin vaiheittain johonkin lopputulokseen. Prosessikaaviota käytetään pitkälti vianmäärityksessä ja diagnostiikassa. Prosessikaaviolla voidaan kuvata tietokoneohjelmien ja teollisten prosessien toimintaa sekä, sitä voidaan hyödyntää työprosessien ohjauksessa. Prosessikaaviossa on käytössä vakiintuneet symbolit, joilla kuvataan eri vaiheita. Esimerkiksi alku- ja loppupisteitä kuvataan soikiolla. (Koponen ym. 2016, 235.)

6 Käyttäytymistieteen ja informaatiomuotoilun keinot hakuprosessissa

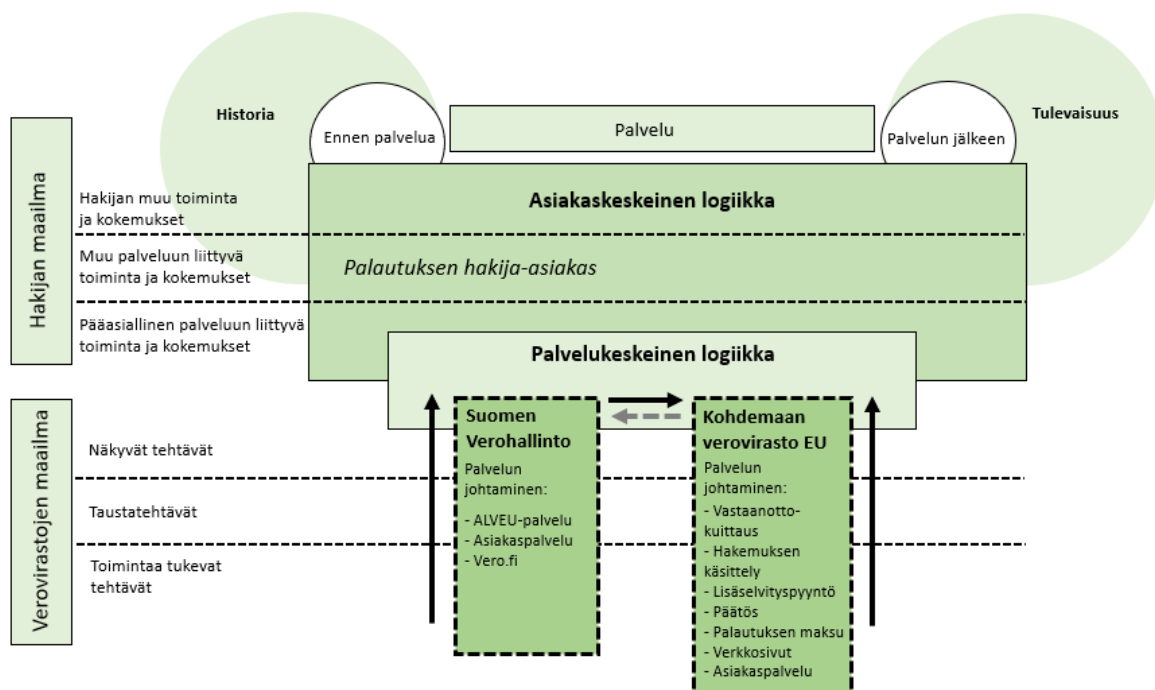
Opinnäytetyössä tarkastellaan koko arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessia hakijan silmin. Vaikka asiakkaan palvelukokemus hakuprosessissa jatkuu palautuspäätökseen saakka, Suomen

Verohallinnon osuus päättyy, kun hakemus on hyväksytty lähetettäväksi ALVEU-palvelussa eteenpäin ja kohdemaahan on sen vastaanottanut. Vaikka Verohallinnon osuus päättyy, asiakkaan tämän jälkeen kokemat palvelukokemukset voivat tulla vaikuttamaan siihen, hakeeko hän palautuksia vastaisuudessa. Verohallinto voi myös vaikuttaa tähän kokemukseen, jos asiakas etsii tietoa tai tukea Verohallinnosta esimerkiksi lisäselvitykseen vastaamiseen. Asiakkaalle voi olla epäselvää, miten vastuut maiden verohallintojen kesken jakaantuu, jolloin yhteydenotto-kokemus voi muodostua kielteiseksi.

Hakijan keskeisimmät päätökset syntyvät ennen hakuprosessin alkamista, jolloin hänen on päätettävä kannattaako aika ja raha huomioiden lähteä hakemaan arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta. Päätöksiä on tehtävä myös mistä maasta ja minkä suuruista palautussummaa kannattaa hakea. Mikäli kohdemaahan vaatii lisäselvityksiä, on hakijan harkittava jälleen mahdollisen lisäselvityksen tekemistä, joka voi vielä vaikuttaa palautuksen saamiseen. Lopulta päätös on myös tehtävä, miten toimia kielteisen palautuspäätöksen kohdalla, joka tarkoittaa muutosvalituksen tekemistä.

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessi tapahtuu suurimmalta osin kohdemaassa. Vaikka hakemus tehdään Suomen Verohallinnon sivustolla, varsinainen ja jopa merkittävin osuus hakijan palvelukokemuksesta syntyy kohdemaan tuottamassa palvelussa. Koska palvelukokemusta monesti tarkastellaan pitkälti yrityksen, tässä tapauksessa Suomen Verohallinnon, ja asiakkaan yhteisten kosketuspintojen kautta, olen päätenyt hyödyntämään asiakaskeskeistä ja palvelukesteistä logiikkaa esittävää kaaviota kuvaamaan arvonlisäveron ulkomaalaishakukokemusta. Asiakaskeskeisessä logiikassa asiakkaan kokema palvelukokemus muokkaantuu, ei yksin yrityksen ja asiakkaan yhdessä tuottamasta palvelukokemuksesta (palvelulogiikasta), vaan myös asiakkaan historiasta ja palvelun jälkeen syntyvistä tulevaisuuden kokemuksista. (Heinonen, Strandvik, Mickelsson, Edvardsson, Sundström & Andersson 2010.)

Olen muokannut kaaviota kuvaamaan tarkemmin arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta hakevan palvelukokemusta koko palautusprosessissa. (Kuvio 16.) Olen ottanut mukaan myös kohdemaan veroviraston ja miten Suomen Verohallinto on yhteydessä myös kohdemaan verovirastoon. Vaikka yhteydenpitoa virastojen kesken tapahtuu, konkreettisin on Suomen Verohallinnon eteenpäin lähettämä hakemus. Mielestäni tämä kuvaus tuo hyvin esille Suomen Verohallinnon problematiikan. Verohallinnolla on nykyisellään melko vähän valtaa vaikuttaa hakijan koko palvelukokemukseen, mutta myös vähän tietoa minkälaista palvelua hakija saa kohdemaassa, saatiikka hyväksytäänkö hakemus. Tällainen tieto on keskeistä, jotta voidaan ymmärtää hakijan arvonlisäveron palautushakemiseen liittyviä päätöksiä. Jos Suomen Verohallinto haluaa, että yritykset hakevat arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia mahdollisimman paljon EU-maista, niin silloin ei yksistään riitä, että Suomen Verohallinto tuottaa hyvää asiakaspalvelua, jos todelliset päätökseen vaikuttavat palvelukokemukset syntyvät myöhemmin kohdemaan tuottamassa palvelussa.

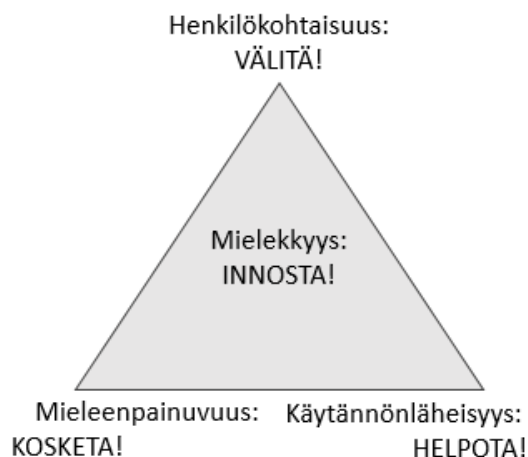


Kuvio 16: Palvelukeskeinen ja asiakaskeskeinen logiikka arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksessa (mukaillen Heinonen ym. 2010.)

Cialdini (2007) on vaikuttamistutkimuksissaan määritellyt vaikuttamisen kuusi periaatetta: vastavuoroisuus, pitäminen, sosiaalinen paine, niukkuus, auktoriteetti sekä johdonmukaisuus ja sitoutuminen. Näiden pohjalta Gjerstad (2015) on luonut kolme vaikuttamisen periaatetta: helppous ja käytännönläheisyys, henkilökohtaisuus sekä mieleenpainuvuus (kuvio 17). Myös Behavioral Insights Teamin EAST-malli tukeutuu lähes samoihin periaatteisiin: helppous (Easy), houkuttelevuus (Attractive), sosiaalisuus (Social) ja oikea-aikaisuus (Timely). (Behavioral Insights Team 2015). Kaikissa edellä mainituissa tavoissa vaikuttaa ihmisen toimintaan viitataan jollain tavalla siihen, että vaaditun toiminnan tulee olla ihmiselle mutkatonta tehdä ja ymmärtää. Keinoja helpottaa tekemistä ja valintoja on monia, mutta oikean vaihtoehdon valinta on vaikeampaa.

Ihmisen käyttäytymiseen ja päätöksentekoon liittyvät olennaisesti ihmisen luontainen laiskuus ja mukavuudenhaluisuus. Kun pohditaan, miten ihmisen toimintaan voitaisiin vaikuttaa, on nämä piirteet otettava huomioon. Tällöin toiminnan muuttamisen pääpiirteisiin liittyy asioiden helpottaminen. Se voi tapahtua yksinkertaistamalla, käytännönläheisyydellä ja laskemalla tekemisen kynnyksiä. (Gjerstad 2015, 23.) Ensi kertaa arvonlisäveron ulkomaalaishakua tekeville, voi tiedon etsiminen vaikuttaa työläältä, mutta tietämättömyys voi myös vaikuttaa siihen, minkä tiedon hakija kokee oleelliseksi siinä tilanteessa. Ensimmäistä kertaa hakevalle merkittävä tieto voi olla pitkälti siinä, miten hakemus käytännössä tehdään. Epäilen, että vähemmälle huomiolle jäävät hakuprosessiin liittyvät nyanssit ja erot jäsenmaiden kesken. Krug (2006, 22-29.) verkkosuunnittelua käsittelevässä kirjassaan ”Älä pakota minua ajattelemaan”

on määritellyt, miten ihmiset lukevat verkkosivuja: Tietoa silmäilläään, valitsemme riittävän hyvän vaihtoehdon ja suoritamme tehtävän. Nämä verkkosivujen lukutavat ovat sovellettavissa myös tiedon etsimiseen arvonalisäveron hakuprosessista, koska tietoa etsitään todennäköisesti ensisijaisesti verkosta nykypäivänä.



Kuvio 17: Gjerstadin vaikuttamiskolmio (mukaillen Gjerstad 2015, 24)

Ihminen lähinnä suoriutuu jonkin käyttämisestä, sen sijaan, että selvittäisi miten se toimii (Krug 2006, 26). Moni käyttää tietokoneen ohjelmia, mutta harva tietää miten tietokone todella toimii. Myös arvonalisäveron palautusta hakevia ihmisiä ensisijaisesti kiinnostaa tietää mitä heidän kuuluu tehdä, että hakemus saadaan tehtyä oikein ja hyväksyttyä, sen sijaan, että heille kerrotaan syvällisesti mitkä kaikki asiat tulisi ottaa huomioon hakuprosessissa. Tämä myös vaikuttaa ihmisten tapaan etsiä tietoa. Ihmiset pitkälti vain silmäilevät verkkosivuja, niiden lukemisen sijaan. Selaillaessa näemme vain sen tiedon, joka on sillä hetkellä mielessä. (Krug 2006, 22-23.) Tiedon haussa voivat osittain vaikuttaa tiedon välttely (information avoidance) ja ylikuottamusharha (overconfidence bias) (Nickerson 1998; Moore & Healy 2008; Buehler ym. 1994). Koska todennäköisesti hakemus halutaan tehdä mahdollisimman tehokkaasti, voidaan osa Verohallinnon sivuilla olevasta tiedosta jättää, ehkä tietoisestikin, huomiotta, koska haun alkuvaiheessa tarvitaan tietoa ensisijaisesti siitä, miten toimia ALVEU-palvelussa. Tällöin voidaan vältellä jo helposti saatavilla olevaa tietoa. Tietoa välttelemällä pystytään luomaan itselle näennäinen mielikuva palautushakemisen helppoudesta. Myöhemmin, ongelmien ilmetessä, voidaan tiedon välttelyä katua, jos sitä on edes tiedostettu. Oikeanlaisen ja riittävän kattavan tiedon saamisella on merkitystä hakupäätöksen tekemisessä.

Jotta ihminen kokee tekemisen ja päätöksenteon helpoksi, on häntä autettava valinnoissa. Ihmisellä on tapana luoda erilaisia oikopolkuja, ei yksin ajatteluun, mutta myös käyttäytymiseensä. Ajattelussa ihminen hyödyntää intuitiota ja heuristiikkoja. Ihminen tekee myös itselleen ohjeita ja kysyy apua, ennemmin kuin lähtee etsimään tietoa. Ihmisen taipumusta etsiä

itselleen helppoja vaihtoehtoja voidaan hyödyntää silloin, kun heitä halutaan kannustaa toimimaan tietyllä tavalla. Haluttu toiminta on tehtävä helpoksi. Helppouden perusvaatimuksiin kuuluu, että tieto, viestit tai pyynnot ovat selkeitä ja ymmärrettäviä. Helppolukuiset viestit ymmärretään paremmin ja niitä myös uskotaan herkemmin (Halpern 2015, 58-62; Behavioral Insights Team 2015.), kun taas hyvin suunnitelluista ja selkeistä tavoitteista voidaan jäädä niiden valinnan monimutkaisuuden vuoksi (Soman 2017, 153).

Arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessin ehkä suurin käytännön haaste ja myös este ovat vaatimukset mitä EU-direktiivit määräävät hakuprosessille ja, ironista kyllä, vapaudet joita ne antavat jäsenmaille. EU-direktiivien kielteinen vaikutus hakijan hakumotivaatioon voitaneen nähdä aikaperspektiivin kautta. Hakuajan pitkä kesto, seuraavan vuoden syyskuun loppuun asti, antaa hakijalle riittävästi aikaa hakemiseen, mutta samalla se voi myös haitata toimeen ryhtymistä. Pitkä haku aika voi synnyttää viivyttelyä, varsinkin jos tehtävä työ koetaan epämiellyttäväksi. Tällöin tehtävän aloitusta mielellään siirretään myöhemmäksi.

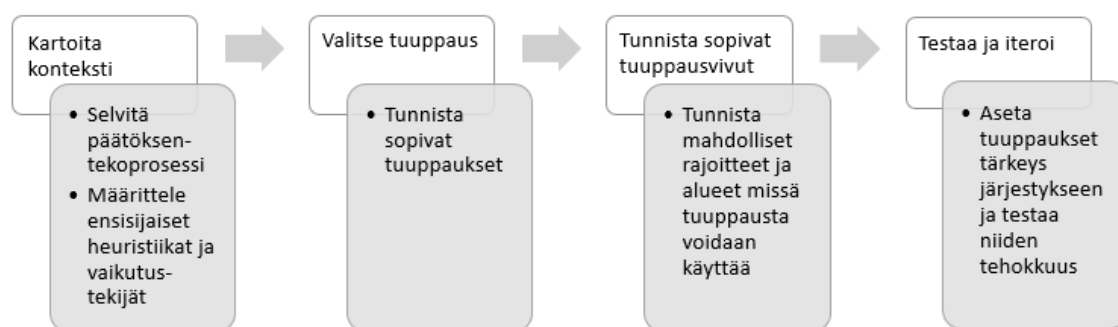
Keinoja viivyttelyn vähentämiseksi olisi tiukempi deadline, koska on mahdollista, että runsaan vuoden pituinen tavoiteaikataulu on ihmisten silmissä kaukana häämöttävä kohde, jota voi siirtää lähes loputtomiin. Kuten aiemmin on todettu, ihmiset siirtävät mielellään asioita tulevaisuuteen tehtäväksi. Ihmiset toimivat tehokkaammin ulkoapäin annetussa takarajassa, kuin itse luodussa (Ariely ym. 2002), minkä vuoksi jollain tapaa tiukempi aikataulu voisi tehostaa hakemusten tekemistä tai ainakin niiden aloittamista. Tätä ei kuitenkaan voida suoranaisesti edellyttää direktiivin määräyksen takia, minkä vuoksi keinoiksi voi rajautua oikea-aikainen muistutus, tuuppaus alkuvuodesta, joko OmaVero -järjestelmän tai sähköpostin kautta. Koska 400 euron palautuksia voidaan hakea jo saman vuoden aikana, kunhan kolme kuukautta on täyttynyt, tulisi myös tätä mahdollisuutta korostaa. Tämän muistutuksen muokkaamisessa voidaan hyödyntää informaatiomuotoilun keinoja, jotta muistutukselle saadaan näkyvyyttä. Eräinä herättävinä keinoina voidaan käyttää kontrasti ja kuvion erottuminen taustasta lakien tuomia havaintokeinoja.

Vähäinen tietämys hakuprosessista voi synnyttää ylikuottamusharhan omiin kykyihin. Tieto ei ole niin sanotusti vielä lisännyt tuskaa. Ylikuottamusharha voidaan nähdä myös myönteisenä, sillä ilman tätä taipumusta, voisi moni asia jäädä tekemättä. Kuitenkin vahvistusharha voi vahvistaa ylikuottamusharhaa. Epäilen, että vahvistusharhalla voi olla enemmän vaikutusta silloin, kun hakijalla on aiempaa myönteistä kokemusta palautushausta. Kohdemaan vaihtuessa, oletetaan prosessin toimivan vastaavalla tavalla. Tällöin voi tulla yllätyksenä esimerkiksi kieli-vaatimukset, joihin ei ole välttämättä varauduttu.

Käyttäytymistaloustieteessä päätöksentekokontekstin muokkaamista kutsutaan valinta-arkkitehtuuriksi. Kuvion 18 mukaisesti on ensin selvitettävä päätöksenteon prosessi ja siinä vaikut-

tavat oikopolut ja vinoumat. Päätöksentekoprosessia kuvaamalla pyritään löytämään päätöksenteon pullonkaulat, joissa ei-toivottu päätös tai toiminta syntyvät. Saatua tietoa hyödyntämällä pyritään löytämään oikea tuuppauskeino, jolla ihmistä ohjataan haluttuun toimintaan. Päätöksenteon pullonkaulat tulee huomioida ennen kuin ihmisten valintoja ja palvelupolkua ryhdytään muokkaamaan. Loppukäyttäjän päätöksentekoprosessi on määriteltävä hyvin, jotta tuuppausstrategia on tehokas. (Ly ym. 2013, 15-16; Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneider 2018, 524; Beshears & Gino 2015; Thaler ym. 2008, 4-5.)

Ajattelun oikopolkujen havaitseminen ei ole aina yksinkertaista. Koska myös ihmisten tunteet liittyvät päätöksentekoon, on tarkoin harkittava, miten oikopolkua lähdetään muuttamaan, jotta haluttu tavoite saavutetaan. (Soll, Milkman & Payne 2015). Väärin toteutettuna, lopputulos voi olla toivotusta päinvastainen.



Kuvio 18: Tuuppausprosessin eteneminen. (Ly ym. 2013)

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautusprosessi voi vaikuttaa melko lailla yksinkertaiselta. Hakemus tehdään ALVEU-palvelun kautta ja sen jälkeen odotetaan, että palautus tulee tilille. Näennäisesti yksinkertaisessa prosessissa on kuitenkin piirteitä, jotka voivat vaikuttaa hakuprosessin loppuun saattamiseen. Ymmärtääkseen hakuprosessin kokonaisuutena on hakijan osattava etsiä tarvittava tieto Verohallinnon, Euroopan komission ja kohdemaan sivuilta. Ihmisen mielenkiinto kuitenkin herkästi herpaantuu, jollei tarvittavaa tietoa löydy oikeassa muodossa ja nopeasti.

Voidakseen muokata hakijan tiedonhakuprosessia on tiedostettava, miten ihminen kerää tietoa verkkosivuilta. Visualisointia voidaan hyödyntää ihmisen taipumuksessa tiedon silmäilyyn. Opinnäytetyössä on pyritty selvittämään arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaun konteksti mahdollisimman tarkasti, minkä vuoksi keinoksi jota Suomen Verohallinto voi hyödyntää palautushaussa on visuaalinen prosessimalli. Kehitystehtävä lähtee ajatuksesta, että nopealla vilkaisulla on mahdollisuus saada käsitys hakuprosessin pääpiirteistä, aikatauluista, vastuista ja ehkä myös niiden haasteellisimmista kohdista. Samalla kehitystehtävässä hyödynnetään käyttäytymistaloustieteen tuuppausmenetelmää tehdä päätös hakemisesta helpoksi, jolloin

tiedon yksinkertaistaminen ja tavoitteiden asetanta auttavat hakijaa päätöksenteossa. Visuaalinen kaavio tekee prosessin ja siihen liittyvät vaiheet hakijalle selkeämmäksi ymmärtää. Tämä tieto voi vaikuttaa joko kannustavasti, jolloin hakija osaa varautua mahdollisiin haasteisiin, mutta kokee myönteisenä, jos niitä ei tule. Tai se vahvistaa ennakkoluuloja hakemusprosessin vaikeudesta, jolloin hakemus saattaa jäädä tekemättä.

7 Kehittämisprosessi

7.1 Kehittämistutkimus

Opinnäytetyö on kehittämistutkimus, jonka tarkoituksena on luoda tuoppaustoimenpide, joka helpottaa yrittäjän päätöksentekoa arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemisesta kuvaamalla visuaalisesti prosessin eri vaiheita, kestoja ja vastuuta. Kehittämistutkimus voi lähteä erilaisista tarpeista. Kehittämistutkimuksen tarkoituksena on luonnostella, kehitellä ja ottaa käyttöön käytännössä toimivia ratkaisuja. Kehittämistutkimus luo muutoksen kehittämisen kohteena olleeseen ilmiöön. (Kananen 2012, 42, 43-44; Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 19.)

Kehittämistutkimus ei ole tieteellinen tutkimus, joka pyrkii uuden tiedon teoreettiseen etsintään ja luomiseen. Sen sijaan kehittämistutkimuksen painotus on käytännön ongelmien ratkaiseminen ja uuden ammatillisen tiedon tuottaminen. Kehittämistutkimuksessa kerätään tietoa systemaattisesti ja kriittisesti. Tietoa kerätään niin teoriasta kuin käytännöstä, minkä vuoksi kehittämistutkimuksessa käytetään erilaisia tiedonkeruumenetelmiä. (Ojala ym. 2014, 18-19, 20.) Kehittämistutkimuksessa teoria ja kehittäminen tukevat toisiaan. Käytäntö luo teoriaa, jonka toimivuutta tarkastellaan kehittämisen kautta. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys toimii kehittämistyön ajatuspohjana ja tukee sen tutkimuksellisuutta. (Vilka 2015, 31-32.) Kehittämistutkimus muistuttaa pitkälti toimintatutkimusta ja se eroaa olennaisesti toimintatutkimuksesta ainoastaan siinä, että toimintatutkimuksessa tutkija osallistuu muutokseen. (Kananen 2012, 43.)

Toimintatutkimuksen tavoin, kehittämistutkimus ei pyri yleistämään tuloksia. Koska kehittämistutkimuksen tulokset koskettavat yksittäistapauksia, niitä ei pystytä suoraan siirtämään toiseen vastaavaan kontekstiin. Kuitenkin kehittämistutkimuksen muutosprosessin toteutus on siirrettävissä. (Kananen 2012, 43.)

7.2 Tutkimusmenetelmä

7.2.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kyseessä on kvalitatiivinen tutkimus, jonka tarkoituksena on syvällisesti ymmärtää ihmisten ratkaisuja ja päätökseen vaikuttavia tekijöitä. Tarkoituksena on selvittää niitä seikkoja, joita ihminen pitää merkittävänä ja tärkeinä valintoja tehdessään. Laadullinen tutkimus ei pyri löytämään yhtä oikeaa vastausta tutkittavasta asiasta, vaan tuomaan esille seikkoja, jotka eivät

ole välittömästi havaittavissa. (Vilkkä 2015, 118, 120.) Kvalitatiivista tutkimusta voidaan pitää subjektiivisena näkemyksenä käsiteltävästä aiheesta, mutta se luo mahdollisuuden syvällisesti ymmärtää motiiveja ja näkemyksiä toiminnan taustalla. Kvalitatiivinen tutkimus sallii tutkijalle jonkinlaista toiminnanvapautta tutkimuksen suunnittelussa ja toteutuksessa. (Eskola & Suoranta 2008, 14, 20.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa korostuvat tutkimuskohteen konteksti, ilmiön intentio ja prosessi. Kontekstin huomioimisessa tutkijan tulee selvittää yhteydet, joihin tutkittava asia tai ilmiö liittyy. Intentiossa selvitetään tutkittavan toimintaa tai ilmaisun motiiveja ja tarkoituksiperiä. Prosessi voidaan ymmärtää tutkimusaikatauluna, jonka kesto määrittää miten syvällisesti tutkittavaan aiheeseen tutkijan on mahdollista perehtyä. Tutkimuksen kesto ei kuitenkaan määritä tutkimuksen laatua. (Vilkkä 2015, 120-122.) Toimintaympäristön ymmärtäminen auttaa selittämään nykyhetken toimintaa ja avaamaan siihen liittyviä rajoitteita ja haasteita. Tutkittava voi tutkimustilanteessa päätyä kuvailemaan yleisiä mielipiteitä ja käsityksiä tutkitavasta aiheesta sen sijaan, että avaisi omia kokemuksiaan. Tutkittavan puheilla, mielipiteillä ja tavoilla ilmaista itseään, voi olla tarkoituksiperät, jotka eivät ole tutkijalle itsestään selviä. Sen vuoksi tutkittavan vastaukset voivat johtaa tutkijaa harhaan, jollei tutkija ymmärrä kontekstia.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää mitkä seikat vaikuttavat tällä hetkellä päätökseen hakuprosessin aloittamisesta tai hakemuksesta luopumiseen. Päätöksenteon taustoja ja syitä on mahdollista tarkastella kvalitatiivisen tutkimuksen kautta syvällisemmin kuin kvantitatiivisen tutkimuksen, minkä vuoksi kvalitatiivinen tutkimus valikoitui tutkimustavaksi.

7.2.2 Teemahaastattelu

Tutkimus suoritetaan teemahaastatteluna, joka on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Teemahaastattelu kohdentaa haastattelun keskeisiin asiakokonaisuuksiin ja mahdollistaa tutkittavien näkökulmien ja tulkintojen esille tuomisen. Teemahaastattelussa ei ole välttämättöntä noudattaa tarkkaa kysymysten asettelua ja järjestystä. Tutkija kuitenkin pitää huolen, että kaikki teema-alueet käydään haastattelussa läpi. Haastattelu sopii tiedon hankintamenetelmäksi silloin, kun kartoitetaan tutkittavaa aihetta, jota ei ole tutkittu objektiivisesti. (Hirsjärvi & Hurme 2006, 48; Eskola ym. 2008, 86; Metsämuuronen 2001, 40-41.) Teemahaastattelu valikoitui tutkimuksen haastattelumuodoksi, jotta tutkimuksen kannalta kiinnostaviin ilmiöihin saataisiin kattavasti näkökulmia. Teemahaastattelu sallii myös haastateltavan puhua vapaamuotoisesti käsiteltävästä aiheesta. Teemahaastattelun joustavuus mahdollistaa samalla syvemmän tarkastelun yksittäisten aiheiden osalta, jos ne koetaan tutkittavan aiheen kannalta merkityksellisiksi haastattelun aikana.

Teemahaastattelussa kysymysten asettelu ja kohderyhmä tuntemus ovat tärkeitä. Kysymykset voivat peilata tutkijan omia käsityksiä tutkittavasta asiasta, jolloin haasteltava vastaa tutkijan toivomalla tavalla. Myös kohderyhmän tai tilanteen heikko tuntemus voi johtaa vastausten vääriin tulkintoihin ja haitata tutkimuksen uskottavuutta. (Vilkkä 2015, 130-131.) Tutkimuskysymysten laadinnassa vaikuttavat toimeksiantajan toiveet, aiemmin kerätty tieto tutkittavasta aiheesta sekä tutkimuskysymykset. Liian tarkkaan rajatut haastattelukysymykset voivat haitata tutkimuksen kannalta merkityksellisten vastausten saamista. Opinnäytetyössä haastattelurunko on tehty teemoittain. Teemoihin on lisätty tarkentavia kysymyksiä, joita voidaan esittää tarpeen mukaan.

Puhelinhaastattelut ovat käyntihaastatteluja edullisempi vaihtoehto, mutta niiden luotettavuutta on kritisoitu. On monesti tutkimuksen kannalta toivottavaa, että tutkija näkee ympäristön missä haastateltava toimii. Kuitenkin on suotavaa, että haastateltava valitsee itselleen parhaimman vaihtoehdon haastattelulle. (Eskola ym. 2008, 91.) Haastattelujen ajankohta kii-reisenä kesäloma-aikana valikoi puhelinhaastattelut haastattelutavaksi. Puhelinhaastattelussa haastateltavan ja tutkijan sijainnilla ei ole väliä. Puhelinhaastattelut on mahdollista sopia tapahtuvaksi haastateltavalle parhaiten sopivaan aikaan, eivätkä edellytä haastateltavalta tai tutkijalta varsinaisia erityistoimia. Etukäteen sovittuna puhelinhaastattelu on mahdollista tehdä rauhallisissa olosuhteissa ilman keskeytyksiä.

Puhelinhaastattelujen haasteena on miten tutkija voi saada haasteltavan luottamuksen, joka on oleellinen tekijä tutkimustiedon saamisessa (Eskola ym. 2008, 93). Puhelinhaastattelussa tutkijalla ja haastateltavalla ei ole mahdollista nähdä toistensa ilmeitä ja eleitä, jolloin luottamuksen on synnyttävä vuorovaikutuksen ja äänen perusteella. Tämä tarkoittaa, että tutkijan on myös motivoitava haastateltavaa eri tavoin, kuin kasvotusten tapahtuvassa haastattelussa ja tulkittava vihjeitä yksin haastateltavan äänen perusteella. Sen vuoksi yksi onnistuneen puhelinhaastattelun edellytys on toimiva puhelinyhteys.

7.2.3 Työpajan fasilitointi

Tietoa on mahdollista kerätä myös työpajoissa. Työpajoissa voidaan hyödyntää asiantuntevan ryhmän tietoa tutkittavasta aiheesta uuden tiedon, ymmärryksen ja ratkaisun luomiseksi. Fasilitoinnilla pyritään luomaan tilanne ja olosuhteet, jossa ryhmä pystyy toimimaan rakentavalla tavalla. Työpajan vetäjä, fasilitaattori, ohjaa neutraalisti ryhmäprosessia. Ryhmän osallistujat ovat sisällön tuottajia ja fasilitaattorin tehtävänä on avustaa ja motivoida ryhmän toimintaa. (Kantojärvi 2017, 11.) Työpajalle oli opinnäytetyöprosessissa tarvetta selventämään mitä ajatusvinoumia ja tunteita arvonnalisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessissa mahdollisesti ilmenee.

Ryhmän toimintaan ja aktiivisuuteen vaikuttaa fasilitaattorin oma käyttäytyminen ja puheet. Fasilitaattorilla voi olla jo valmis näkemys työpajan mahdollisista tuloksista ja ratkaisuista.

Tämä välittyy työpajaan osallistujille. Myös, jos fasilitaattori kertoo omia mielipiteitään, voivat työpajaan osallistujat keskittyä fasilitaattori antamiin ideoihin, omien ideoiden tuottamisen sijaan. (Kantojärvi 2017, 37-38.) Tällöin fasilitointi on epäonnistunut.

Jotta ryhmän työskentelylle on oikeat olosuhteet, on ryhmän jäsenten koettava olonsa turvallisiksi. Heidän tulee olla keskittyneinä työpajan tavoitteeseen ja siten olla myös henkisesti läsnä tilanteessa. Ryhmälle on kerrottava fasilitoinnin eteneminen ja työpajan tavoitteet selkeästi. (Kantojärvi 2017, 48, 51.) On olemassa erilaisia menetelmiä luoda oikeanlainen ilmapiiiri työpajaan. Menetelmien tavoitteena on saada työpajan osallistujat irrottautumaan juurtuneista mielipiteistään ja helpoista ratkaisuista. Sen sijaan heidät tulisi saada mielentilaan jossa he ovat avoimia uusille ajatuksille, jopa mahdottomille. Menetelmiä löytyy esimerkiksi fasilitointia käsittelevästä kirjallisuudesta tai fasilitointiin luoduista ideapakoista. (www.ideapakka.fi.)

7.3 Aineiston analysointi

Kvalitatiivisen aineiston analysointi on havaintojen pelkistämistä ja arvoituksen ratkaisemista (Alasuutari 2011, 39). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston analysointia tehdään koko ajan ja aineiston käsittelyyn liittyy useita vaiheita. Jotta aineistoa voidaan analysoida, on se luettava. Aineistoa lukiessa tulisi kiinnittää huomiota olosuhteisiin, määrittelyihin, prosesseihin, toimintoihin, tapahtumiin, strategioihin ja erilaisiin suhteisiin. Analyysissa tuloksia eritellään ja luokitellaan. Synteesissä aineistosta luodaan uusi kokonaisuus ja siitä tehdään tulkintoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 223; Hirsjärvi ym. 2006, 143-144.)

Aineiston kuvauksessa tulee ilmiö sijoittaa sille kuuluvaan kontekstiin, jotta merkitykset voidaan löytää. Aineiston kuvailussa pysyttelevän raportoinnin haasteeksi voi muodostua, että tutkija käsittelee kaikkia yksityiskohtia yhtä merkityksellisinä. Tällöin on vaarana, että tutkija esittää liikaa yksityiskohtia. (Hirsjärvi ym. 2006, 146.)

Aineiston luokittelu on tärkeä osa analyysia. Siinä on kyse päättelystä. Luokittelun muodostamisen kriteerit liittyvät tutkimustehtävään, aineiston laatuun ja tutkijan kykyihin. Luokittelua seuraa aineiston uudelleenjärjestely luokkien mukaan. (Hirsjärvi ym. 2006, 148-149.) Aineiston analyysitapa tulisi valita sen mukaisesti, mikä tuo parhaiten vastauksen tutkimusongelmaan tai -tehtävään. Kvalitatiivisiin analyysitapoihin kuuluu teemoittelu, jolla tarkoitetaan haastatteluaineistosta nousevia yhteisiä piirteitä haastateltavien kesken. Aineistoa yhdistellessä tutkija pyrkii löytämään luokkien välille joitain säännönmukaisuuksia tai samankaltaisuuksia. Tutkija pyrkii ymmärtämään ilmiötä monipuolisesti omasta ajatusmaailmastaan ja teoreettisesta viitekehyksestään käsin. Onnistuneessa tulkinnassa lukija löytää samat asiat tekstistä kuin tutkija. (Hirsjärvi ym. 2006, 150-151; Hirsjärvi ym. 2013, 224; Kananen 2012, 117.)

Kvalitatiivisesti analysoidun haastatteluaineiston tulokset voidaan esittää tekstinä, kuvioina, kuvina ja numeroina. Kun tulokset esitetään sanallisessa muodossa, voidaan siihen sisältää haastatteluotteita tai se voidaan kirjoittaa tarinan muotoon. (Hirsjärvi ym. 2006, 169, 173.) Tässä opinnäytetyössä teemahaastattelujen aineistoa analysoidaan teemoittelun kautta. Näin on mahdollista jakaa vastaukset aihealueittain ja siten tuoda esille kootusti aiheeseen liittyvät tulokset. Tulokset kerrotaan tekstinä, jolloin vastauksia on mahdollista avata syvällisemmin, mutta myös haastateltavien omien kommenttien saattelemina.

8 Tutkimuksen eteneminen ja tuloksia

Tutkimuksellisessa kehittämistyössä on mahdollista hyödyntää erilaisia aineiston keruun menetelmiä. Aineiston keruu on aloitettu tutustumalla kirjallisuuteen ja aiempiin tutkimuksiin. Lisäksi tutkimuksen tausta-aineistoa ja ymmärrystä tutkittavasta aiheesta on hankittu Verohallinnon asiantuntijahaastatteluista, kahdesta Verohallinnon työpajasta, Laurean palvelumuotoilun kurssin yhteydessä tehdystä yrittäjien arvonlisävero -haastatteluista sekä päätöksenteon ilmiöiden kurssilla tehdystä työpajasta. Tutkimuksessa on pyritty saamaan riittävän laaja aineisto kuvaamaan ilmiötä eri näkökulmista. (Kuvio 19.)

8.1 Taustatiedon keruu

Minulla oli mahdollisuus osallistua kahteen Verohallinnon järjestämään organisaation sisäiseen työpajaan. Osallistumiseni tavoitteena oli perehtyä tarkemmin opinnäytetyön aiheeseen, mahdollisiin asiakashaasteisiin ja Verohallinnon ongelmien ratkaisun toimintatapoihin. Laurean palvelumuotoilukurssin yrittäjähaastattelut lisäsivät ymmärrystä yrittäjien mielipiteistä ja käsityksistä arvonlisäveroon ja sen maksamiseen. Nämä eivät kuitenkaan suoranaisesti tuoneet itse tutkimusaiheeseen lisäarvoa, koska opinnäytetyön aiheeni on tarkasti määritelty. Haastatteluvastaukset kuitenkin avasivat yrittäjien mielikuvia arvonlisäverosta ja Verohallinnosta. Tieto suhtautumisesta näihin asioihin voi kuitenkin tuoda ymmärrystä yrittäjien haastatteluvastauksiin.

8.1.1 Ensimmäinen Verohallinnon järjestämä työpaja

Ensimmäinen Verohallinnon työpaja pidettiin helmikuussa 2018. Tällöin tutustuin Verohallinnon Vastauspankkiin, johon ihmiset voivat esittää veroihin liittyviä kysymyksiä asioista, joihin tarvitsevat vastauksia tai käydä läpi aiempia kysymys-vastaus -pattereita. Vastauspankki on tarkoitettu kysymyksille, jotka eivät vaadi nopeaa vastausta. Puhelinpalvelu on kiireellisiä vastauksia varten. Arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksiin liittyviä kysymyksiä oli toukokuussa 2018 tehty 21 kappaletta vuosien 2017-2018 aikana. Kysymyksiä oli melko vähän, kun vertaa, että arvonlisäverotukseen liittyviä kysymyksiä oli 1863 kappaletta samalla ajanjaksolla. Mutta vähäinen määrä voi viitata myös siihen, miten marginaalista arvonlisäveron ulkomaalaispalautus ehkä on ja, että ne jotka palautushakemuksia tekevät, eivät etsi tietoa Verohallinnon Vastauspankista.



Kuvio 19: Kehittämistyön etenemisen kuvaus

8.1.2 Toinen Verohallinnon järjestämä työpaja

Verohallinnon toinen työpaja järjestettiin toukokuussa 2018. Tällöin minulla oli mahdollisuus keskustella kahden päivän ajan Verohallinnon kahden arvonnäkökulman ulkomaalaispalautushakuprosessin asiantuntijan kanssa ja tutustua ALVEU-palveluun tarkemmin. Verohallinto oli sopinut kaksi yrityshaastattelua näille päiville ja minulla oli mahdollisuus osallistua haastatteluihin. Molemmat haastateltavat edustivat yrityksiä, joissa palautuksia haetaan säännöllisesti joko yrityksen omasta toimesta tai toimeksiantona asiakkailta.

Näiden neljän henkilön haastatteluista oli erityisesti hyötyä palautusprosessin haasteiden hahmottamisessa, mutta myös ymmärtämään ALVEU-palvelua osana hakuprosessia. ALVEU-palvelu on vain osa opinnäytetyön aiheuttani, mutta käsitys sen toiminnasta voi auttaa haastatteluvastausten parempaa ymmärtämistä.

Verohallinnon toinen työpaja toi esille myös Verohallinnon omia kiinnostuksen kohteita ja ehkä ongelmallisiksi koettuja seikkoja. Opinnäytetyön kannalta, ehkä kiinnostavimpia haasteita oli asiakkaiden vaikeus hahmottaa Verohallinnon vastuun raja. Verohallinto ei voi ottaa kantaa muiden maiden käytäntöihin tai eivätkä he neuvo niissä. Tämä voi tulla esille esimerkiksi asiakkaan saadessa lisäselvityspyynnön kohdemaasta, jolloin Verohallinto ohjeistaa olemaan yhteydessä kohdemaan veroviranomaiseen tilanteen selvittämiseksi.

Verohallinnon työpajan yrityshaastatteluista ilmeni myös, kuinka tärkeää on, että yritykset tarkkailevat veroviranomaisten lähettämiä hakemusten saapumiskuittauksia. Kohdemaan vastaanottokuittaus voi tulla sähköpostitse tai ALVEU-portaaliin. Kohdema on itse saanut valita tavan, miten vastaanottokuittaus lähetetään. Tosin haastateltavien mukaan kaikista maista vastaanottokuittaus ei edes saada, vaikka se on määritetty direktiivissä. Se, että vastaanottokuittaus tulee muistaa käydä tarkistamassa monesta paikasta, koettiin hankalaksi. Varsinkin yksittäinen yrittäjä, joka hoitaa itse palautushakemuksen, ei ole välttämättä tietoinen eri maiden käytännöistä. Jos kohdemaan saapumiskuittaus ei ole tullut direktiivin määräämän 15 työpäivän aikana, on yrittäjän oltava yhteydessä kohdemaan veroviranomaiseen. Jos hakemus on tehty määräajan lopussa, voi olla, ettei aikaa enää ole uuden hakemuksen tekemiseen, jolloin palautus jää saamatta.

Työpajan yrityshaastatteluissa ilmeni, että huolimatta sähköisestä hakuprosessista, moni yritys silti kokee hakuprosessin työvaltaiseksi, koska se vaatii perehtymistä eri maiden säännöksiin ja käytäntöihin. Huolimatta automatisoinnin kehittymisestä, arvonnäkökulman ulkomaalaisprosessi on hyvin tosikeskeistä toimintaa ja sisältää paljon manuaalisyötä. Koska vielä ei ole

olemassa täysin sähköistä laskutusta koko EU-alueella, on hakijan tarkistettava tositteista hakemukseen laitettavat tiedot. ALVEU-palvelu koetaan käyttäjäystävällisemmäksi kuin monen muun EU-maan vastaava sähköinen palvelu.

Haastateltavien mielipide oli, että yleisesti ottaen suomalaiset yritykset tietävät hyvin arvonnäköisäveron ulkomaalaispalautuksesta, varsinkin, jos on tehnyt kansainvälistä kauppaa jonkin aikaa. Tietämättömämpiä ovat startup -yritykset, joilla on aloittelevan yrittäjän haasteita muutenkin riittämiin.

Pohjoismaissa palautukset toimivat hyvin ja pysyvät aikarajoissa, vaikka Suomessa on ollut hieman viivästyksiä. Viivästyksiä palautuksien käsittelyissä on enemmän itä- ja etelä-Euroopan maissa. Esimerkiksi Romaniassa on voinut palautus kestää kymmenenkin kuukautta ja myös Kreikka kuvattiin hitaaksi maksajaksi. Italia, joka on perinteisesti ollut Euroopan huonoin käsittelyajoissa, on kuitenkin tehostanut toimintaansa. Kun aiemmin on palautus voinut kestää kolmekin vuotta, niin nykyisin päätökset tulevat noin viidessä kuudessa kuukaudessa. Rahojen maksamisessa voi olla myös haasteita, vaikka myönteinen päätös on saatu. Rahaa ei ole maksettu tai summa voi olla väärä.

Verohallinnon viranomaisten näkemyksen mukaan, muutoksia on tapahtunut eri maiden käytännöissä ja koodeissa. Yrityshaastateltavien mielestä arvonnäköisäveron palautuksiin liittyvät ohjeet pysyvät pitkälti vakaina, mutta veroprosenteissa ja vähennysoikeuksissa voi tapahtua muutoksia. Esimerkiksi Ruotsissa ravintolaedustuksiin liittyvät vähennykset ovat vaihdelleet usein. Myös Tanskan hotellimajoitusten ovat muuttuneet alun neljänneksestä, täyteen palautusoikeuteen.

Toinen haastateltava, joka tekee hakemuksia asiakkaille, sanoi, ettei kukaan hae 50 euron palautuksia. Palautussumman pitää olla vähintään 300-400 euroa. Hänen mukaansa yritykset eivät myöskään koe mielekkääksi hakea neljännesvuosittain palautuksia, vaan hakevat mieluummin ne kerran vuodessa, ellei ole kyse 1 000 - 10 000 euron palautuksista. Palautushakemuksissa aktivoidutaan pääsääntöisesti kesäloma-aikoina. ALVEU-palvelu voi olla kuormittunut syyskuussa, jolloin määräaika lähestyy.

8.1.3 Palvelumuotoilukurssin yrittäjähaastattelut

Osallistuin keväällä 2018 Palvelumuotoilun kurssille Laureassa. Kurssitehtävänä oli yrittäjähaastattelut arvonnäköisäverosta. Kursseja järjestettiin samanaikaisesti kaksi ja olen saanut opinäytetyötäni varten käyttööni myös toisen kurssin haastattelujen tulokset. Käyn tuloksia läpi niiltä osin, miten ne sivuavat opinnäytetyöni aihetta.

Yrittäjiä haastateltiin arvonnäköisäverosta ja niiden maksamisesta sekä kysyttiin yleisesti Verohallinnon toiminnasta. 46:sta haastatellusta yrittäjästä 39 ilmoitti käyttävänsä kirjanpitäjää arvonnäköisämaksujen hoitoon. Ainoastaan neljä kertoi suoraan hoitavansa itse kirjanpidon ja näistä

yhdellä ei ollut arvonlisäverollista toimintaa. Loput ilmoittivat, ettei heillä ollut ollut kirjanpitäjää, koska liiketoiminta oli niin vähäistä. Luvut kertovat, että haastatellut yrittäjät ovat pitkälti ulkoistaneet kirjanpidolliset tehtävät. Jos kirjanpito on pitkälti ulkoistettua toimintaa Suomessa, se voi tarkoittaa, että yrittäjät voivat ulkoistaa myös arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksetkin kirjanpitäjälle tai palautuksiin erikoistuneelle yritykselle. Niistä neljästä yrittäjästä jotka hoitavat oman kirjanpitonsa ei yhdelläkään ollut kansainvälistä toimintaa. Osalla niiden yrittäjien vastauksista joilla oli kirjanpitäjä, oli havaittavissa, että heidän ehkä ainut tietolähteensä arvonlisäverosta on kirjanpitäjä. Se, että tiedon haussa pohjataan pitkälti yhteen tietolähteeseen, ei välttämättä ole aina paras vaihtoehto.

Pitkälti yrittäjien mielipiteet arvonlisäveroa kohtaan olivat neutraaleja. Se tiedetään osaksi liiketoimintaa, mutta suurempaa mielenkiintoa arvonlisäveroa kohtaan ei ole. Vastausten mukaan suurin osa haastatelluista (40) ei tarvitse neuvontaa arvonlisäverosta. Vastaukset selittyivät sillä, että kaikki arvonlisäveroon liittyvät tehtävät on siirretty kirjanpitäjälle, jolloin tietoa arvonlisäverostakaan ei koeta tarpeelliseksi. Vaikkei haastateltavista voida tietää hakevatko he ulkomaalaispalautuksia, niin kuitenkin herää kysymys, voiko mielenkiinnottomuus koskettaa myös ulkomailla syntyviä arvonlisäveroja?

Haastatelluista yrittäjistä vain yhdeksällä oli kansainvälistä toimintaa, joista jokaisella oli kirjanpitäjä. Näistä kaksi yrittäjää kertoi kansainvälisen arvonlisäveron olevan haastavaa. Kuitenkin toisen mielestä hän tietää arvonlisäverosta riittävästi. Koska haastattelut koskettivat arvonlisäveroa ainoastaan yleisesti, ei vastauksista saada tietoa onko jollain yhdeksästä yrittäjästä ollut tarvetta palautusten haulle. Koska kaikilla kansainvälisillä yrittäjillä on kirjanpitäjä, he ovat voineet saada tiedon tästä palautusmahdollisuudesta, olettaen, että kirjanpitäjä on asiasta tietoinen.

Toki haastateltavien vastauksista ei voi tehdä liian pitkälle johtavia päätelmiä, mutta ne kuvastavat yrittäjien ajatusmaailmaa arvonlisäverosta ja Verohallinnosta, millä voi taas olla merkitystä arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuun ryhtymisessä. Joidenkin yrittäjien vastauksista oli kuultavissa toive saada Verohallinnon jakama tieto selkeänä. Ehkä myös se, etteivät yrittäjät koe tarvitsevansa neuvontaa arvonlisäverosta, voi viitata miten yrittäjät kuvittelevat saavansa tietoa Verohallinnolta. Ei riitä, että veroviranomainen tai asiaan vihkiytyneet ymmärtävät ohjeet, niiden tulisi palvella erityisesti lukijaa, jolle tieto ja sen löytäminen eivät ole päivänselviä asioita.

8.2 Ideointityöpajan tuloksia

Toukokuussa 2018 pidin työpajan käyttäytymistaloustieteen kurssilaisille ja opettajille opinäytetyökurssin lähipäivänä. Lähipäivässä oli läsnä 3 opettajaa ja 10 kurssilaista. Työpajan tarkoituksena oli kartoittaa, josko omat mielikuvani hakuprosessista vastaisivat yleisempää

mielikuvaa sekä selventää mitä ajatusvinoumia ja tunteita voivat arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen maakohtaiset säännöt ja käsittelyaika herättää ihmisissä.

Jotta omat mielipiteeni vaikuttaisivat mahdollisimman vähän osallistujiin, päädyin ratkaisuun, jossa en työpajan alussa kuvannut arvonlisäveron ulkomaalaisprosessia, vaan halusin luoda kuvitteellisen tilanteen, johon oli mahdollista yhdistää arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessista seikkoja, jotka olin itse määritellyt haasteellisiksi. Työpajassa ei käytetty selkeästi yhtä työpajan fasilitointimenetelmää, vaan luotiin oma tilanteeseen ja aikatauluun sopiva menetelmä. Työpajani oli kolmas saman päivän aikana, joten osallistujat olivat jo valmiiksi oikeassa mielentilassa, eikä tähän tarvinnut käyttää erikseen aikaa. Tämä oli tärkeää työpajan ajankäytölle, koska työpajalle oli varattu puoli tuntia aikaa. Rajallinen aika hieman vaikutti työpajan lopun vastausten purkuun ja vastauksista syntyneeseen keskusteluun.

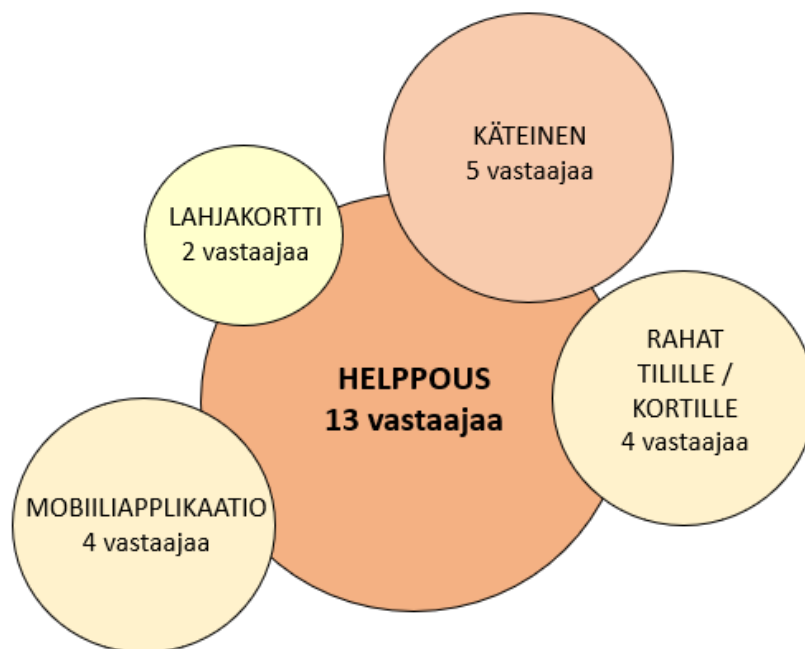
Vaikka kurssilaisilla ei ollut käsitystä itse arvonlisäveron ulkomaalaishausta saatikka prosessista, siitä pystyi jollain lailla luomaan yhtymäkohtia helposti tunnistettavaan asiaan, lomailuun EU-maissa. Kuvitteelliseen lomamatkaan yhdistin ulkomaalaispalautusprosessiin liittyviä kokemuksia, kuten tiedon palautusmahdollisuudesta, joka onkin yhtäkkiä erilainen toisessa maassa. Tiedustelin myös, miten osallistujat voisivat haluta palautukset takaisin ja miten heidän mielestään palautuksen tulisi toimia. Pyysin osallistujia vastaamaan paperilapuille tunteuksiaan ja ajatuksiaan kuvitteellisista tilanteista. Koska kyseessä oli ryhmä käyttäytymistaloustieteen asiantuntijoita, pyysin heitä myös kirjaamaan mahdollisia heuristiikkoja, peukalo-sääntöjä ja vinoumia, mitkä voivat tilanteissa vaikuttaa.

Työpajan mielikuvaharjoitukset jakautuivat kolmeen kuvitteelliseen tilanteeseen. Kukin osallistuja vastasi ensin omalta osaltaan kuvitteellisiin tilanteisiin. Lopuksi osallistujat keskustelivat ryhmissä omista vastauksistaan ja pohtivat mitkä päätöksenteon ilmiöt voivat tilanteissa vaikuttaa. Vastauksien määrää ei oltu rajattu, minkä vuoksi tulokset voivat ylittää osanottajien määrän. Monet vastasivat lähes samalla tavalla, jolloin vastauksia yhdisteltiin teeman mukaan. Näin oli mahdollista saada selville vastausten jakauma. Vastaukset kerättiin postitilapuille, jotka kerättiin työpajan lopussa. Ennen vastausten purkua kerroin lyhyesti arvonlisäveron ulkomaalaispalautusprosessista. Vastaukset purettiin yhteisesti yksilöllisten mielikuvaharjoitteiden ja ryhmäkeskustelujen jälkeen.

Ensimmäinen tilanne: Loma Roomassa. Ollaan syömässä. Selviää, että on mahdollista saada laskusta rahaa takaisin. Miten haluatte rahaa takaisin? Mitä tunteita ilmoitus herättää?

Ehdottomasti suurin osa arvosti rahojen palautuksen helppoutta, jollain tavalla. Tähän yhdistin myös ne vastaukset, joissa arvostettiin nopeutta, mahdollisuuden hoitaa asian suomeksi, ettei tarvitse täytellä lomakkeita ja erään vastaajan kommentin: ”tekemättä itse mitään”.

Vastausten jako on nähtävissä kuviossa 20. Osallistujien mukaan tilanteessa vaikuttavat nykyisyysvinouma ja tappiokammo, joka on nähtävissä vastauksissa helppouden arvostamisessa. Osallistujat kommentoivat myös, että jos raha tulisi takaisin yllätyksenä, arvostus nousisi.



Kuvio 20: Vastausten jakautuminen työpajan kysymykseen: Miten haluatte rahat takaisin?

Toinen tilanne: Loma jatkuu Itävallassa. Selviää, että samoista asioista ei saa palautusta, kuin sai Roomassa, mutta jostain muusta on mahdollista saada. Mitä tunteita muutos herättää?

Osallistujien tunteet olivat kielteisiä. Ainoastaan yhdessä vastauksessa pohdittiin, että josko pettymys lievenisi, kun selviää, että palautusta saisi jostain toisesta asiasta. Kuitenkin enimmäkseen vastauksissa kyseltiin, "miksi eri sääntöjä", "miksi niin sekavaa" ja "miksei voi toimia samoin kuin Italiassa". Hieman epäiltiin itseäkin, kun pohdittiin "mistä tämänkin (muutoksen) olisi voinut tietää". Päälimmäisinä tunteina nousivat esille pettymys ja hämmennys, "mieleni pahoitin". (Vertaa kuvio 21.) Kommentteja tuli myös, ettei halua olla enää tekemisissä koko palvelun kanssa. Hämmäntävä tilanne synnytti myös pelkoa.



Kuvio 21: Vastausten jakautuminen työpajan kysymykseen: Mitä tunteita muutos herättää?

Kolmas tilanne: Lomalaisille selviää, että palautusrahat saakin vasta neljän kuukauden kuluttua.

Osallistujien reaktiot vaihtelivat tässä tilanteessa hieman. Osa oli valmis odottamaan, kun taas joillain korostui tietoisuus siitä, että on kyse omista rahoista ja pelko riskeistä kasvoi. Pohdintaa oli myös, että kannattaako rahojen odottaminen, kun on kyse useammasta kuukaudesta. Kuviossa 22 on osallistujien vastauksia listattuna.

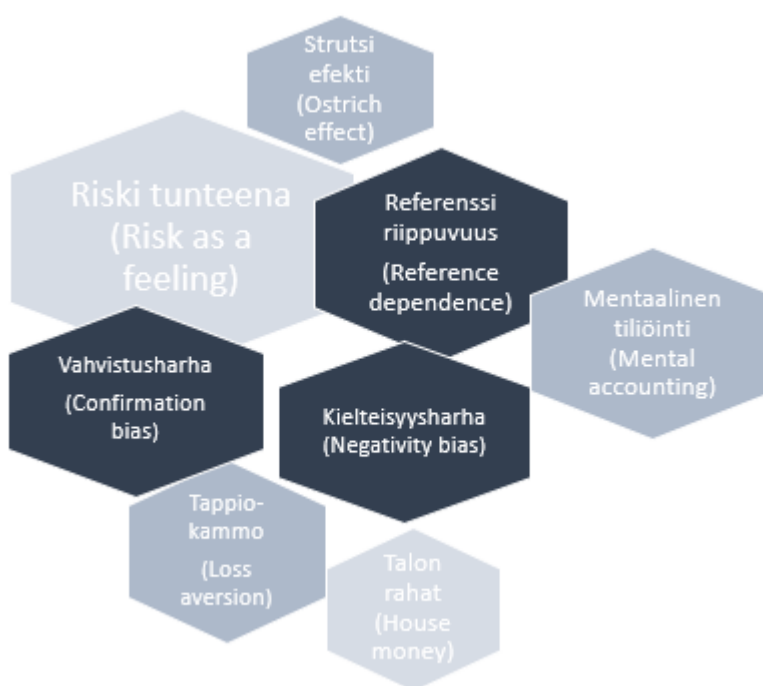
Ei kai tässä voi muutakaan kuin odottaa	Mukavaa. Rahat ovat ns. säästössä
Ne on minun rahoja!	Ei mitään yllättävää!
En enää halua käyttää tällaista systeemiä	En käyttäisi enää kyseisen yrityksen palveluksia
Miten tämä sitten toimii? Miksei olisi voinut vaan suoraan maksaa oikeaa summaa, niin ettei tarvii odotella mitään palautuksia?!	Onpa vaikeaa! Kyllä luulisi nykytekniikalla tulevan nopeammin
Aikaa menee paljon. Kannattaako silti? / Kannattaako käytetty aika? Saako rahat?	Riskit, saako sitä (rahaa)
Pelko, että on tuhlanut liikaa matkalla eikä rahat riitä 4 kk päähän	Pettymys, koska olin jo tuhlanut tämän <u>YLLÄTTÄEN</u> saadun rahamäärän

Kuvio 22: Työpajan osallistujien kommentteja palautuksen odotukseen.

Mielenkiintoista oli, että vaikka oli kyse täysin kuvitteellisesta tilanteesta, osallistujat pystyivät samaistumaan tilanteeseen. Samaistumista mahdollisesti helpotti, että jokaisella on kokemusta matkustamisesta ja rahan käsittelystä. Palautettavaan summaan oli osa suhtautunut jo kuin se olisi jo käytettävissä, mikä herätti pelkoa ja pettymystä rahojen riittämiseen. Nämä vastaukset korostavat ihmisen kykyä luoda virtuaalisen omistussuhteen asioihin jo ennen kuin se on todellista. Suhtautuminen palautusrahaan oli myös omistavaa. Oletettavasti tilanteen

kaksi johdosta osallistujat olivat jo valmiiksi pettyneessä tilassa, minkä vuoksi kielteiset vastaukset voivat korostua enemmän kuin, jos viimeinen tilanne oltaisiin kuvattu osallistujille yksinään. Tämä kuitenkin peilaa todellista arvonnisäveron ulkomaalaispalautustilannetta.

Työpajan tarkoitus oli saada tukea ja vahvistusta omille ajatuksille mitä ajatusvinoumia arvonnisäveron ulkomaalaishakuprosessi voi herättää ja näin myös kävi. Työpajassa nousi esille myös miten eri tavoin ihmiset suhtautuvat rahaan ja vastoinkäymisiin. Jollekulle palautusrahan odottelu voi sopia hyvin, kun taas toisille se voi synnyttää epävarmuutta rahojen saamisesta. Kuviossa 23 on listattuna osanottajien mieleen tulleet ajatusvinoumat ja suhtautumiset palautusrahaan.



Kuvio 23: Työpajan osallistujien listaamat ajatusharhat

Monen osallistujan vastaukseen liittyi riskin kokeminen tai sen välttely jollain tavoin. Tappio-kammo liittyy tähän erityisesti. Ihminen ei halua menettää rahaa, jolloin tätä mahdollisuutta vältellään eri tavoin. Tappiokammoon liittyy referenssiriippuvuus (reference dependence), jolloin ihminen vertaa uutta tietoa aiempaan tietoon. (Kahneman ym. 1979.) Palautusrahoja ei nähdä osana nettovarallisuutta vaan minkälaisen muutoksen ne tuovat sen hetken tilanteeseen. Palautusrahat voidaan nähdä äkkirikastumisena.

Palautusrahoihin voi suhtautua samoin kuin rahaan, jonka voittaa kasinolla (house money), jolloin niiden menetykseen tai tässä tapauksessa palautuksen vaikeuteen, suhtaudutaan samoin kuin kasinon voittojen häviämiseen. (Thaler & Johnson 1990.) Voitoissa ei ole kyse ”omista rahoista”, joilla panokset on peliin laitettu, vaan ne ovat kasinon rahoja, joten niiden

menetys ei kosketa samalla tavalla. Tähän jaotteluun liittyy mentaalinen tiliöinti, jossa palautusrahat on luokiteltu erikseen käyttörahoista.

Varsinaiseen palautuskokemukseen liittyivät vahvistusharha, kielteisyysharha (negativity bias) ja strutsiefekti (ostrich effect) (Karlsson, Loewenstein & Seppi 2005; Rosin & Royzman 2001.) Kielteisyysharhassa ihmiseen vaikuttavat kielteiset asiat enemmän kuin myönteiset, kun taas strutsiefektissä ihminen välttelee kielteistä tietoa. Työpajassa tilanne kolme vahvasti joidenkin osallistujien kielteisyys- ja vahvistusharhoja, jotka olivat syntyneet tilanteessa kaksi. Ensimmäinen mielikuvat muuttuivat kielteisemmiksi, kun selvisi, ettei tilanteessa kaksi ole mahdollista saada rahoja takaisin samoista asioista Itävallassa kuin Italiassa. Kun tähän vielä lisättiin palautuksen kesto tilanteessa kolme, vahvistuivat jo syntyneet kielteiset mielikuvat, joihin myös henkilökohtainen kokemushistoria on voinut osaltaan vaikuttaa. Tähän pohjaavat osallistujien vastaukset, joissa kielteistä tietoa jopa odotettiin. Joku taas voi suhtautua koko tilanteeseen tiedon välttelyllä, joka taas voi johtaa siihen, että koko palvelua ei haluta edes kokeilla tai lisätietoa ei haluta ottaa vastaan. Tietoa vältellään.

Ihmiset arvioivat riskejä kognitiivisella ja tunteiden tasolla. Siinä missä ihmiset arvioivat tuloksia ja todennäköisyyksiä kognitiivisella tasolla, niin ihminen voi reagoida tunteilla herkästi ja kokea pelkoa tietämättä siihen syytä. Sen vuoksi riskiin voidaan reagoida tunteenomaisesti itse päätöstilanteessa (risk as a feeling) (Loewenstein, Hsee & Weber 2001.) Osallistujien vastauksissa oli havaittavissa, että tunteet olivat mukana pettymyksinä, hämmennyksenä, pelkona. Ehkä erityisesti tunteet vaikuttivat niiden osallistujien vastauksissa, joissa haluttiin rahojen palautuksesta luopua. Tilanne koettiin ehkä epäreiluksi, mikä synnyttää ihmisissä tarpeen vastata tähän kokemukseen vastavuoroisesti, vaikka siitä olisi itselle haittaa.

Loppukeskusteluissa kommentoitiin, että arvonlisäveron ulkomaalaispalautus todennäköisesti synnyttää epävarmuutta rahojen palautuksesta samanaikaisesti, kun hakemuksen tekemiseen on investoitava. Tämä synnyttää hakemuksen aloittamisen välttelyä, mutta koska ihminen välttelee epävarmuutta, voi hän myös päätyä olemaan hakematta palatusta. Palautushakeminen voi synnyttää myös pelkoa rahojen riittämisestä. Julkisista palveluista voidaan ajatella, että ne ovat vaikeita ja aiemmat kielteiset kokemukset voivat kasvattaa tätä vahvistusharhaa.

Osallistujat epäilivät, että hakemuspäätökseen vaikuttaa tuotos - panos -suhde. Kannattaako hakemukseen sijoittaa aikaa. Osallistujista hakemukseen tarvittavan tiedon etsiminen koettiin tarpeettoman vaikeaksi. Keskustelussa pohdittiin, että voisiko se johtua tiedon ylitarjonnasta, joka voi johtaa motivaation heikkenemiseen hakemuksen tekemistä kohtaan. Tämän vuoksi pohdittiin mobiiliapplikaatiota, joka helpottaisi hakemusten tekemistä. Hakijan ollessa kohdemaassa, voisi pohjatiedot saada valmiiksi applikaatioon.

Riskien välttely voi myös tuoda epäilyksen, että kannattaako hakemusta edes yrittää tehdä. Palautushakemuksia tekevien yritysten käyttäminen vähentää hakijan kokemaa riskiä ja epävarmuutta. Riski siirtyy ostopalvelulle.

8.3 Teemahaastattelujen tuloksia

Tutkimuksen viimeinen osuus suoritettiin teemahaastatteluina. Tavoitteena oli saada vähintään viisi haastateltavaa pk-yrityskentästä, jotka tekevät tai ovat tehneet arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia. Haastatteluiden kesäinen ajankohta osoittautui kuitenkin haasteelliseksi haastateltavien tavoittamiseksi. Haastateltavia tavoiteltiin esimerkiksi Suomen Yrittäjien aktiivisella avustuksella, Verohallinnon yhteyshenkilöiden kautta ja hyödyntäen Taloushallintoliiton sivustoja. Haastattelupyyntöjä lähetettiin Facebookin kautta ja sähköpostitse. Lähetin yhteensä 156 sähköpostia eri tilitoimistoihin ympäri Suomea, joihin sain 28 vastausta. Vastanneista kahdeksan ilmoitti, ettei ole tehnyt hakemuksia pitkään aikaan, 18 ilmoitti, ettei tee hakemuksia ja kaksi ilmoitti, että asiakas tekee itse hakemukset. (Katso kuvio 24.)



Kuvio 24: Tilitoimistojen vastausten jakautuminen

Lopulta sain neljä tilitoimiston edustajaa ja kolme yrittäjää haastatteluun. Haastattelut suoritettiin puhelinhaastatteluina, koska haastateltavat olivat eri puolilla Suomea (Oulu, Kuopio, Tampere, Kotka, Espoo). Suurin osa haastatteluista tehtiin heinäkuun ensimmäisellä viikolla ja yksi elokuun ensimmäisellä viikolla. Puhelinhaastattelut tallennettiin ja litteroitiin.

Seuraavissa luvuissa on haastattelujen tulokset purettu alaotsikoihin. Otsikoissa ei ole noudatettu teemahaastattelun rungon rakennetta, vaan tiedot on kerätty teemoittain siten, miten ne haastatteluissa nousivat esille. Luvussa 8.4. on haastattelujen tuloksia peilattu opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin ja miten tulokset vastaavat niihin.

8.3.1 Haastateltavien taustaa ja esittely

Viitaan yleisesti nimettömästi haastateltaviin (tai vastaajiin) silloin, kun vastaajan tausta ei vääristä vastauksen tulkintaa tai hankaloita vastauksen kuvausta. Teen kuitenkin eron haastateltavien kesken yrittäjä ja kirjanpitäjä vastausten väärinkäsitysten estämiseksi. Määrittelen tilitoimiston edustajat tässä opinnäytetyössä kirjanpitäjiksi tekstin luettavuuden vuoksi, vaikka haastateltavien joukossa on taustaltaan varsin erilaisia talousalan asiantuntijoita.

Kaikki paitsi yksi yritys olivat pk-yrityksiä, minkä vuoksi hakuprosessin haasteet olivat heille melko lailla samankaltaisia, erona kuitenkin se, että tehtiinkö hakemusta itselle vai asiakkaalle. Yrittäjien yritykset olivat pieniä yhden tai muutaman hengen yrityksiä. Kolme tilitoimistoa olivat myös pieniä neljän hengen yrityksistä 12 hengen yrityksiin, mutta yksi tilitoimisto oli 600 hengen yritys. Kolme pienempää tilitoimistoa hoitavat itse arvonlisäveron ulkomaalaispalautukset asiakkailleen. Yrityksestä riippuen, työ on joko keskitetty yhdelle henkilölle tai tilitoimistoissa jokainen kirjanpitäjä tekee palautukset omille asiakkailleen. Koska ALVEU-palveluun täytettävien tietojen laittaminen on melko monotonista, on jossain yrityksissä harjoittelijoita hyödynnetty tietojen täytössä ALVEU-palveluun.

8.3.2 Yleisesti arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessista

Kaikki palautuksia tekevät haastateltavat kertoivat, että palautusprosessi on melko vaivaton. Kun hakemus tehtiin ensimmäistä kertaa, osa haastateltavista arvioi, että tiedon etsintään ja hakemuksen tekemiseen meni parista tunnista neljään tuntiin. Lomakkeen täyttämisessä ALVEU-palvelussa ei kukaan sanonut menneen kauaa. Yksi vastaaja sanoi, että hänellä oli vaikeuksia löytää oikeita tahoja, joilta kysyä neuvoa, varsinkin lisäselvityksen tuomissa ongelmassa.

Tietoa etsitään Verohallinnon sivuilta, EU:n komission ja Europa.eu:n sivuilta sekä yleisesti netistä. Kukaan ei kuitenkaan kertonut menneensä kohdemaan veroviranomaisen sivuille. Eräs toivoi, että löytäisi paremmin eri maiden lakeihin liittyviä tietoja. Tuli tosin myös kommenttia, ettei erälle haastateltavalle tulisi mieleenkään lähteä etsimään Verohallinnon sivuilta tietoa ulkomailla maksetuista arvonlisästä ja niiden palautuksista. Hän myös epäili, ettei yrittäjille tulisi tällaista mieleen.

Kerran vuodessa hakemuksia tekevä vastaaja oli tehnyt itselleen muistiinpanot linkkeineen. Toinen kertoi myös henkilökohtaisista palautushakuohjeista. Kolmas vuorostaan kertoi, että hänellä on tiedot muistissa, mutta kuitenkin kertoi pyrkivänsä ottamaan kuvankaappauksia hakemuksista säilyttääkseen tiedot hakemuksista. Näin hänen ei tarvitse muistella mitä tietoja hakemuksiin tulee laittaa tai mistä hän on palautuksia jo hakenut. Hänen mielestään ALVEU-palvelusta ei ole mahdollista tulostaa hakemuksia. Haastateltava oli aikoinaan itsenäisesti opiskellut arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemisen ja tekee hakemuksia pitkin vuotta.

Yksikään haastateltava ei kertonut erikseen tarkistavansa muuttuvatko maakohtaiset säännökset tai muut käytännöt. Kukaan ei ollut myöskään kiinnittänyt huomiota siihen, että muutoksia olisi tapahtunut. Kysyttäessä mistä apua oltaisiin lähdetty kysymään, niin eräs vastasi, että mahdollisissa ongelmatilanteissa apua oltaisiin haettu lomakkeen täyttämiseen joko Verohallinnolta tai kollegalta, joka on tehnyt palautuksia.

Ne haastateltavat, jotka ovat tehneet paljon palautushakemuksia, kertoivat, että suurin osa palautushakemuksista hyväksytään. Vain muutamia hylättiin tai vaadittiin lisäselvityspyyntöä. Erään haastateltavan antamien lukujen mukaan hylkäykset ovat ehkä kahdessa prosentissa kaikista haetuista rahoista. Palautusten saamisessa voitaneen etuina pitää pitkää kokemusta ja joissain tapauksissa kielitaitoa.

Oli havaittavissa, että palautushakemusta pyritään välttämään eri tavoin. Yleisesti ottaen kirjanpitäjän yritysasiakkaat hyödyntävät y-tunnusta hankinnoissa, jolloin tarvetta palautuksille ei ole. Kirjanpitäjä oli myös ohjeistanut joitain asiakkaitaan pyytämään uuden laskun VAT-tiedoilla laskuttajalta, jotta heidän kohdallaan voidaan hyödyntää käännettyä verovelvollisuutta palautushakemisen sijaan. Myös haastatellun yrittäjän mielipide oli, että kaikki hankinnat tulisi tehdä liikkeissä, joissa arvonnäkövero ei peritä.

8.3.3 Tietämys arvonnäköveron ulkomaalaishakuprosessista

Mielipiteet siitä, että tietävätkö yrittäjät palautusmahdollisuudesta vaihteli. Jotkut epäilivät, että yrittäjät tietävät yleisellä tasolla, kun taas toisten mielestä yrittäjät eivät tiedä asiasta. Siinä missä eräs kirjanpitäjä mainitsi, etteivät asiakkaat kysele heiltä arvonnäköveron ulkomaalaispalautuksista, niin toinen kertoi asiakkaiden ilmoittavan heille tarvitsevänsä ulkomaalaispalautuksia. Eräs haastateltava heitti arvauksen, että vain noin 20 prosenttia pk-yrittäjistä hyödyntää palautusmahdollisuuden.

”Siis sanotaanko näin, että semmottet jotka paljon reissaa, ja joutuu sitä kautta olee paljon ulkomaille ja maksavat siellä sen paikallisen arvonnäköveron, niin kyllä ne (hakee palautuksia). Mutta sitten taas semmottet jotka tekee vähemmän sitä keikkaa, niin emmää usko, että ne (hakee palautuksia).”

Ne, jotka olivat epäilevällä kannalla siitä, että tietävätkö yrittäjät arvonnäköveron ulkomaalaispalautuksista, olettivat yrittäjien intressejä pieniksi. Heidän mielestään tavalliselle pk-yrittäjälle voi koko arvonnäkövero käsitteenä olla vieras, puhumattakaan palautushakemisesta. Eräänä syynä tietämättömyyteen tarjottiin, ettei arvonnäköveron ulkomaalaispalautuksesta puhuta paljon julkisuudessa, joten palautushakeminen ei näy yrittäjälle.

Jos epäiltiin, että yrittäjät tietävät palautusmahdollisuudesta, pohdittiin, että toimintaan ryhtyminen edellyttää ulkopuolista kimmoketta. Jonkun ulkopuolisen on tehtävä päätös yrittäjän puolesta kehottamalla häntä tekemään hakemuksen.

”Pk-yrityksissä on resurssit, sillä lailla rajalliset ja monesti se yrittäjä vastaa siellä lähes kaikesta. Niin ei sillä oo aikaa alkaa perehtymään, että oiskohan tämä niinkö mahdollisesti mahdollista tää hakeminen. Se tietää, että se saattaa ehkä olla mahdollista, mutta se ryhtyy toimeen vasta kun joku hoksauttaa.”

Oli myös epäily, että vaikka tietoa palautuksesta on, eivät yrittäjät vaivaudu hakemaan palautuksia sen vaikeuden, työläyden tai kannattamattomuuden takia. Joitain ei koko hakemisen kiinnosta.

”Se on monella yrittäjällä, että ne laskee, että jos mä rupeen tossa tekeen tai heillä ei oo semmosta henkilöä, joka pystyis sen tosta vaan tekee, niin ne jättää sen helposti tekemättä.”

Toisaalta sitten on tilitoimistojen asiakkaina yrittäjiä, jotka hakevat periaatteesta kaikki rahat takaisin, vaikka jäisivät tappiolle. Nämä ovat kuitenkin vähemmistössä. Vaikkei yrittäjä itse hakemusta tekisikään, vaan sen hoitaisi kirjanpitäjä, joutuu hän kuitenkin hieman aiheeseen tutustumaan, ainakin kuittien keräämisen osalta. Tämäkin voi olla esteenä hakemiselle.

Myös kirjanpitäjien tietoa palautushakumahdollisuudesta epäiltiin. Eräs kirjanpitäjä myönsi, että uran alkuaikoina häneltä on voinut puuttua tietoa palautusmahdollisuudesta. Hänellä ei ollut muistikuvaa, että tästä olisi yrityksessä aikoinaan keskusteltu. Samanlaiseen tietämättömyyteen kirjanpitäjien keskuudessa viittasi myös toinen kirjanpitäjä kysyttäessä, miksi palautushakemuksia ei tehdä. Eräs yrittäjä kertoi vaihtaneensa kirjanpitäjää, koska halusi siirtää palautushakemisen itseltään kirjanpitäjälle. Edelliseltä kirjanpitäjältä puuttui tarvittava osaaminen. Myös toinen yrittäjä epäili omien kirjanpitäjiensä tietämystä arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksista.

Haastatteluissa selvisi, että kirjanpitäjän tulee ilmoittaa asiakkaalleen, mikäli tällä on mahdollisuus saada arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta. Se, että lähdetäänkö palautuksia hakemaan, ratkaistaan yhteistuumiin yritysasiakkaan ja kirjanpitäjän kesken. Voi myös olla, että pk-yrittäjällä ei ole tietoa, miten arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen kanssa tulisi lähteä etenemään. Isoissa yrityksissä resurssit ovat toisenlaiset ja palautusmahdollisuudet voidaan havaita paremmin.

8.3.4 Kirjanpitäjien asiakkaat ja palkkiot

Lähes kaikki hakemuksia tekevät kirjanpitäjät mainitsivat, että heillä on melko vähän arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia hakevia asiakkaita. Tähän voi osin vaikuttaa asiakasyritysten toiminnan laajeneminen, jolloin yritys muuttuu arvonlisäverovelvolliseksi kohdemaassa, josta aiemmin on haettu palautuksia. Eräs kirjanpitäjä mainitsi, että hänellä on tällä hetkellä enintään pari asiakasta, jotka voisivat hakea arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia nykyisten lisäksi, jos olisivat asian suhteen aktiivisempia.

”Mun 10 vuotisen uran aikana niin ehkä kolme kertaa ylipäättään semmonen tilanne, että haetaanko vai eikö.”

Eräs haastateltava arvioi, että palkkio hakemuksen tekemisestä on keskimäärin 10-20 prosentin luokkaa Suomessa. On yrityksiä, jotka laskuttavat enemmän, mutta myös niitä, jotka laskuttavat vähemmän. Laskutusprosentti määräytyy työn ja haettavan summan mukaan. On kalliimpaa hakea palautuksia useammasta maasta, kuin vain yhdestä. Hakuprosessi on yksikertaisempaa, kun on vain yksi kohdema. Silloin kun yritys hakee pieniä summia useammasta maasta, jää palautusprosentti yritykselle pieneksi kustannusten jälkeen. Eräs kirjanpitäjä epäili voisiko vähäiseen palautushakemiseen olla syynä heidän hinnoittelunsa, koska palautusten tulee olla vähintään 500 euroa, jotta he tekevät hakemuksen. Tämä karsii pienemmät palautussummat. Samainen kirjanpitäjä kertoi asiakkaiden kommentoineen, ettei palautuksia tarvitse lähteä hakemaan, kun summat ovat pieniä.

8.3.5 Hakemuksen kuitit

Kaikki hakemuksia tekevät haastateltavat ilmoittivat laittavansa aina kaikkiin hakemuksiin kuittikopiot mukaan.

”Ei ole edes tietoa, minne ei kuitteja tarvitsisi laittaa.”

Eräs ilmoitti laittavansa kuitit mukaan esimerkiksi Ruotsiin, jossa niitä ei vaadita. Haastateltavan kokemuksen mukaan, jos kuittikopioita ei ole hakemuksessa, niitä kysytään, mikä vuorostaan pidentää hakuprosessia. Haastateltava kertoi myös, että hänen asiakkaidensa palautukset kulkevat tuhansissa euroissa vuodessa. Joten on mahdollista, että kyseessä on voinut olla 1 000 euron kuitti, josta edellytetään kopiota Ruotsissakin.

Eri maissa voi olla käytössä kuitteja, joista puuttuu hakemuksessa vaadittavia tietoja. Esimerkiksi eräässä tapauksessa tšekkiläisissä kuiteissa ei ollut VAT-numeroita, mutta ne saatiin hankittua ja hakemus tehtyä. Myös Y-tunnuksia ja VAT-tunnuksia kerrottiin joutuvan etsimään, koska ovat kuiteissa pienellä kirjoitettuna.

Kirjanpitäjä ei voi tietää, onko yrittäjä toimittanut hänelle kaikki hakemukseen laitettavat kuitit. On kuulemma melko tavallista, että vanhoja kuitteja tulee myöhässä. Kaikesta huolimatta kyseinen kirjanpitäjä oli melko varma, että kaikki kuitit toimitetaan, koska palautuksissa puhutaan suurista summista. Asiakkaita on myös pyydetty lajittelemaan kuitit maittain, jotta aikaa säästyisi kirjanpitäjältä, mutta aina he eivät tätä muista tehdä. Samainen tiloittoimittaja toimittaa asiakkaalle Excel-tilukon mistä ja miten paljon on haettu palautuksia ja asiakas seuraa rahojen maksua.

8.3.6 Palautussumman merkitys

Kaikki haastateltavat mainitsivat, että suurten rahasummien takaisin saaminen vaikuttaa myönteisesti päätökseen tehdä palautushakemus. Muutama kommentoi, että yrittäjän hakupäätökseen vaikuttaa hyödyn suhde yrittäjän omaan panostukseen. Jos joutuu vain hieman panostamaan tuhannen euron palautukseen, ollaan valmiita tekemään hakemus. Erään kirjanpitäjän mielestä tällöin ei enää vaikuta se, että palautushakemisesta on maksettava. Palautussumman suuruus suhteutuu myös yrityksen liikevaihtoon ja voi vaikuttaa siihen, miten aktiivisesti palautusta lähdetään hakemaan. 2000 euroa voi olla toiselle yritykselle suurikin summa, kun taas toiselle, ei niinkään.

Paljon ja suurista summista palautushakemuksia tekevät kirjanpitäjät kantoivat huolta yrittäjien rahojen saamisesta takaisin. Eräs kirjanpitäjä kertoi hakevansa palautukset heti, kun mahdollista, koska hänen asiakkainaan on pieniä yrityksiä, joille palautussummat ovat isoja rahoja. Myös toinen kirjanpitäjä kertoi suurista summista, joita hänen asiakkaillaan on kiinni ulkomaan arvonlisäveroissa. Vaikka palautuksia haetaan neljännesvuosittain, yrityksen maksuvalmiuteen tulee ongelmia, kun yrityksellä on kolmen kuukauden arvonlisäverot haussa. Koettiin ehkä epäreiluna, että kymmeniä tuhansia euroja on jossain prosessin rattaissa kiinni useita kuukausia, eikä yrittäjän tilillä. Kumpikin kirjanpitäjä yritti omalla toiminnallaan, tekemällä hakemukset oikea-aikaisesti, nopeuttaa prosessia. Kokemus on opettanut molemmille, milloin hakemusta ei kannata lähteä hakemaan.

Jos yrittäjä tietäisi mistä asioista on mahdollista saada arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia kohdemaassa, se voisi erään haastateltavan mukaan vaikuttaa hänen hankintapäätöksiinsä kohdemaassa. Jos kyse on suurista hankinnoista, voivat hankinnat jäädä, jos palautusta ei saa. Sillä ilman palautusta hankinnan voi tehdä Suomessa, koska hintataso muuttuu samaksi. Tosin eräs haastateltava mainitsi, että ne summat joita ei ole mahdollista saada palautuksina, kuten pienet palautukset, kannattaa lisätä hintaan, jotta yritys saa rahat takaisin. Tämä tarkoittaa, että kuluttaja loppukädessä joutuu maksajaksi, jos yrittäjältä jää palautuksia saamatta.

Kysyttäessä mikä olisi pienin summa mitä kukin haastateltava lähtisi hakemaan arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia vaihtelee 100 eurosta 500 euroon. Suurin osa piti 50 euroa liian pienenä ja kannattamattomana. Palautussumman tuli olla vähintään 100 - 150 euroa, ellei jopa 200 - 250. Varsinkin kirjanpitäjät, jotka laskuttavat työstään, olivat suurempien summien kannalla, kuten 200 ja 500 euroa. Tosin eräs kirjanpitäjä, jolla on kokemusta ainoastaan tuonti-asiakirjojen palautushausta, sanoi, että hän hakisi myös 50 euron takaisin, jos olisi yrittäjä. Hän kylläkin myönsi, että palautushakeminen voisi olla työläämpää, jos kyseessä olisivat matkakulut.

Se, miten tilitoimistot suhtautuivat pienempien summien palautushakemiseen, erosi hieman. Eräs kirjanpitäjä sanoi, ettei pitänyt oleellisena pienten summien yhteen keräämistä pitkin vuotta, mutta sitten myöhemmässä vaiheessa haastattelua ilmeni, että jollain tavalla tietoa kuitenkin kerätään vuosihakemusta varten. Toisessa tilitoimistossa oltiin valmiita keräämään pienempiäkin summia, jotta niitä voidaan hyödyntää koko vuoden palautushakemuksessa. Toisin jälkimmäinen tilitoimisto tekee palautushakemuksia pitkin vuotta ja on ehkä tottuneempi kuittien käsittelyyn, kuin ensimmäinen, joka tekee palautushakemuksia vain kerran vuodessa.

Yrittäjä, joka ei enää hae arvonlisäveron palautuksia, oli aiemmin hakenut palautuksia matka- ja hotellikuluista. Hän huomautti, että palautushakeminen kannattaisi tehdä pidemmistä yöpymisistä, mutta jatkoi, että pitkistä hotellivierailuista saa myös alennuksia. Toisessa haastattelussa selvisi, että vaikka haastateltava oli hakenut hankinnoistaan arvonlisäveron palautuksia, niin hän ei ollut hakenut työmatkoista ja hotelliöistä, koska mielsi ne summat pieniksi. Kuitenkin todennäköisesti nämä työmatkakulut olisi pystynyt yhdistämään samaan kerran vuodessa tehtävään palautushakemukseen kohdemaassa tehtyjen suurten hankintojen kanssa. Haastattelussa ei selvinnyt, josko matkakulut olivat korvattavissa kyseisessä kohdemaassa. Voitaneen olettaa, ettei asiaa oltu erikseen tarkistettu.

8.3.7 Aika hakuprosessissa

Se, miten paljon hakemuksia tehdään, on pitkälti yrityskohtaista ja tilitoimistojen kohdalla riippuu asiakasmääristä ja asiakkaiden toiminnan laajuudesta. Suurimmaksi osaksi hakemuksia tehtiin viidesti vuodessa, mutta kolme haastateltava kertoi hakeneensa palautuksia vain kerran vuodessa, tilikauden tai kevään jälkeen. Kokemus ja tietämys eri maiden käytännöistä nopeuttaa hakemuksen tekemistä, eikä tiedon etsimiseen tarvitse kuluttaa aikaa. Erään haastateltavan mukaan, jos on mahdollisuus hyödyntää huolintaliikettä ongelmissa ja paperit ovat kunnossa, niin ongelmia hakemisessa ei ole. Hän jopa kummasteli sitä, että miksi yritykset eivät hae palautuksia.

Yrittäjän kannalta olisi toivottavaa, että rahojen palautus tapahtuisi nopeammin. Kuitenkin jos hakemukseen on syötettävä paljon kuitteja, ei ole mielekästä, että hakuaajat tihenisivät nykyisestä hakemuksen suuren työmäärän vuoksi. Se, että ALVEU-palvelussa joutuu jokaisesta samankin toimittajan laskusta kirjottamaan erikseen muun muassa VAT-tunnukset, osoitetiedot ja laskunumeron, koettiin turhauttavaksi. Eräs haastateltava kertoi, että harjoittelijalta oli mennyt yksi työpäivä hakemuksen tekemiseen ALVEU-palvelussa Saksaan yhdelle asiakkaalle. Toki kyseessä oli hakuprosessiin tottumaton henkilö. Laskujen yhteissivumäärä oli ollut 94 sivua, mutta puhuttiin myös suuresta palautussummasta, 40 000 euroa. Kun samainen yritys oli hakenut ensimmäisellä vuosineljänneksellä palautuksia kahdeksasta eri maasta, voidaan arvioida miten paljon hakemiseen voi kulua aikaa, kun on kyse suurista laskumääristä.

Tilitoimistolle voi arvonlisäveron ulkomaalaishaku olla parin päivän työ, joka tulee hoitaa muiden töiden ohessa. Varsinkin keväisin ja kesäisin voivat asiakkaan toiveet pikaisesta hausta, kirjanpitäjän työmäärät ja kesälomat mennä ristiin. Tämän vuoksi erään haastateltavan mielestä arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessissa ei ole otettu huomioon hakijaa ja hänen hallinnollista taakkaansa. Jos arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaussa viivytellään paljonkin, voivat määrääjat mennä umpeen.

”Sitten, kun ne jää heti (tekemättä), niin sitten ne viivästyy. Sitten kun siinä on niin järkyttävän paljon sitä aikaa hakee, niin sitten ne jää ja jää. Kun ne ei oo ikinä semmosii, että ne on pakko tehdä.”

Yksi vastaaja koki hyväksi pitkän palautushakuajan. Hän on hakenut kerran vuodessa palautuksia ja totesi, että monella yrityksellä tilikausi päättyy vuoden vaiheessa, jonka vuoksi vuoden alussa on paljon tehtävää ja kiirettä. Myös muista vastauksista oli havaittavissa, että vuosittainen hakeminen lisääntyy kevään jälkeen.

Erona kirjanpitäjien vastauksiin, kahden yrittäjän vastauksista oli havaittavissa, että he eivät niinkään ajatelleet aikaa mikä kuluu hakemuksen tekemiseen. Molemmat sanoivat sen hoituvan muutamassa tunnissa.

Hakemusten käsittelyaika kohdemaissa koettiin tarpeettoman pitkäksi. Varsinkin, kun tietoa palautuksen perusteista annetaan hakemuksessa paljon.

”Se tässä ihmetyttää, että sinne pitää syöttää ne summat ja laskun numerot ja sitten osoitetiedot ja sinne skannataan ne laskut. Elikkä tuota he saavat aika paljon tietoo siitä. Silti se (käsittelyprosessi) kestää tosi kauan. Elikkä heillä on tosi paljon, että se huijaamismahdollisuus on aika hankalaa tai mahotonta melkeinpä. Silti se kestää se prosessi.”

Myös palautussummien maksamisessa ei koettu olevan loogisuutta.

”Ainut mikä on mielivaltaisen aika, milloin ne rahat maksetaan. Se ehkä se kaikkein erikoisin. Kun ne saattaa tulla millon vaan.”

8.3.8 Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessin haasteet

Pääosin vastaajat olivat sitä mieltä, että hakemusprosessi ei ole vaikea ja hakemus on helppo tehdä. Enemminkin oli erään useita palautushakuja tekevän vastaajan mielestä vaikeuksia löytää itselleen aikaa hakemuksen tekemiseen. Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaku on kuitenkin melko harvoin tapahtuva ja vain pieni osa yritys- ja tilitoimistomaailmaa.

Se, että jokaisessa EU-maassa on eri kriteerit palautuksen saamiseen, koki useampikin haastateltava haasteellisenä. Jotakuta harmitti myös se, ettei ALVEU:n kielivalinta vaikuttanut siihen, millä kielellä kohdemaasta otettiin yhteyttä. Ruotsista oli vastattu ruotsiksi, vaikka englanti oli valittu käyttökieleksi. Myönteistä tässä tapauksessa kuitenkin oli, että käännös oli tullut heti huomautuksen jälkeen.

Jokaiselle hakijalle oli tullut lisäselvityspyyntöjä, mutta jokainen kertoi saavansa niitä melko vähän. Lisäselvitys voi johtua näppäily- tai pilkkuvirheestä, sivun puuttumisesta. Joitakin vuosia takaperin eräälle tilitoimistolle tuli jatkuvasti hylsyjä Luxemburgista. Lopulta he päätyivät siihen, että syynä oli, että samalla laskulla oli ollut arvonlisäverottomia summia. Toisesta Luxemburgin lisäselvityspyynnöstä taas ei auennut mikä oli hakemuksessa ongelmana. Asiaa tutkittuaan selvisi, että lähetetystä kuitista puuttui yksi sivu. Asia korjattiin ja palautus saatiin.

Eräs kirjanpitäjä kertoi, etteivät he ole koskaan jättäneet palautuksia hakematta sen takia, että hakuprosessi kohdemaahan on vaikea. He ovat kuitenkin kuluttaneet paljon aikaa hylätyjen hakemusten hylkäysperusteiden selvittämiseen ja korjaamiseen. Haastattelun perusteella, hylkäysperusteista ei ole ollut aina tietoa. Huono kokemus ja kielteinen päätös, vaikuttivat erään kirjanpitäjän asiakkaan hakemuspäätökseen. Asiakkaan mielestä ei ollut kannattavaa hakea palautusta kyseisestä maasta uudelleen.

Kokemusta oli myös lisäselvityspyynnöistä, jotka olivat tulleet myöhässä tilitoimistolle, jolloin hakemus hylättiin. Kertoja muisteli selvityspyynnön tulleen kirjeenä asiakkaalle. Kohdemaan veroviranomainen oli laskenut lisäselvityksen määrääjän sen mukaan, milloin he uskoivat haki-
jan saavan tiedon lisäselvityksestä. Pääsääntöisesti eräs tilitoimisto on korjannut hakemusta, sen sijaan, että olisivat lähteneet vastaamaan lisäselvityspyyntöön. Mutta muutamat muut haastateltavat kertoivat vastanneensa tai ainakin yrittäneensä.

8.3.9 Maakohtaisia haasteita

Haastatteluissa ainoastaan Tšekki osoittautui vaikeaksi maaksi saada palautuksia. Tämä johtui pitkälti tšekinkielisistä lisäselvityspyynnöistä. Muita maita, joissa kerrottiin käytettävän ensisijaisesti kohdemaan kieltä, olivat Italia, Ruotsi ja Saksa. Näistä Ruotsi ja Saksa vaihtoivat kielen englanniksi pyydettyäessä, tai se oli toisena vaihtoehtona.

Kaksi haastateltavaa kertoi, että heidän hakemuksensa on jämähtänyt Tšekistä tulleeeseen tšekin kieliseen lisäselvityspyyntöön. Molemmat haastateltavat olivat pystyneet kysymään käännösapua. Toinen kysyi asiakkaalta ja toinen paikalliselta kontaktilta. Paikallinen kontakti ei ollut ymmärtänyt lisäselvitystä ja kehotti haastateltavaa olemaan yhteydessä veroviranomaiseen. Myös toisen haastateltavan asiakas oli pyytänyt käännösapua paikalliselta sisäryhtykseltään, joka oli vastannut pyyntöön tšekin kielellä, eikä englanniksi. Todennäköisesti

tämä kokemus huonosta yhteistyöstä asiakkaan ja sisäryhtyksen kesken vaikutti myöhemmin asiakkaan päätökseen olla hakematta palautuksia enää uudestaan Tšekin.

Toinen haastateltava, jota kontakti oli kehottanut olemaan yhteydessä Tšekin veroviranomaisiin, lähestyi lisäselvityspyynnössä mainittua henkilöä englanninkielisellä sähköpostilla. Hän sai vastauksen, että he vastaavat ainoastaan tšekin kielisiin viesteihin, eikä seuraavaan englanninkieliseen viestiin tulla enää vastaamaan. Haastateltavalle selvisi vastaus googlekääntäjän avulla, sillä hänen englanninkieliseen viestiinsä oli vastattu tšekin kielellä. Myös tässä tapauksessa, haastateltava, harkitsee vakavasti kannattaako hakea uudelleen, kun hakeminen on osoittautunut vaikeaksi. Jos hän päätyy hakemaan uudelleen palautusta, niin hän aikoo etsiä maakohtaiset säännökset ja käydä ne läpi.

Yksi haastateltava mainitsi, että Ruotsista, jonka on kerrottu olevan nopeita hakemusten käsittelymaita, oli kestänyt puoli vuotta palautuksen saaminen. Saksasta olivat haastateltavat saaneet selvityspyynnöjä, mutta joidenkin selvityspyynnöjen laadusta voitaneen epäillä, että Saksa halusi ohjata hakemuksen tekijöitä tekemään ostoksia paikoista, joista yrittäjän on mahdollista ostaa tuotteet ilman arvonlisäveroa.

Kolme haastateltavaa ilmoitti hakeneensa palautuksia Italiasta, josta on kerrottu olevan vaikea saada palautuksia. Kaikki haastateltavat sanoivat, että palautukset tulivat Italiasta nopeasti, eikä palautuksien kanssa ole ollut ongelmia. Yksi mainitsi, että rahat olisivat tulleet parissa kuukaudessa. Tosin kaksi mainitsi, etteivät saaneet Italiasta mitään hakemuksen vastaanottokuitauksia. Tämän vuoksi yksi haastateltava kertoi laittaneensa Italian veroviranomaisille viestiä englanniksi, mutta hän ei koskaan saanut vastausta viestiinsä. Hän joutui laittamaan viestin asiakkaalleen, joka hoiti asian italiaksi ja palautukset saatiin. Haastateltavien mukaan Italiassa voi tehdä hakemuksen englanniksi, mutta viranomaisten kanssa on puhuttava italiaa ja se on vaikeaa. Kaksi haastateltavaa mainitsi, että koska Italia on niin byrokrattinen maa, asiat hoituvat hyvin ja nopeasti, jos hakemus on tehty oikein.

Kirjanpitäjät kertoivat kysyvänsä asiakkailtaan tai paikallisilta yhteyshenkilöiltä apuja lisäselvityspyynnöiden käännosten kanssa. Eräs kirjanpitäjä hyödyntää huolintaliikkeitä tai hankinnassa mukana olleita paikallisia tahoja. Yrittäjien kohdalla asia ei ollut aivan näin selvää. Yhden yrittäjän etu oli, että hän puhuu useampaa kieltä, minkä vuoksi hän pystyi itse vastaamaan kirjeenä Saksasta tulleeeseen lisäselvityspyyntöön saksaksi. Hän kertoi, että lisäselvityspyntö oli tullut tarpeettoman vaikeaselkoisella viranomaiskielellä. Myös muut yrittäjät olivat hyödyntäneet tai ainakin yrittäneet hyödyntää kontaktejaan itse palautushakemusten tekemisessä tai käännoissään. Yrittäjä, joka oli saanut apuja palautushakemusten tekemiseen, kertoi, että palautukset jäivät lopulta pieniksi kontaktin palkkioiden jälkeen. Kommenttina tuli myös, että vaikka voi olla houkuttelevaa hyödyntää paikallisia kontaktejaan tai asiakasta, tulisi palautussumman olla sen verran suuri, että kontaktien vaivaaminen kannattaa.

8.3.10 Suomen Verohallinto ja ALVEU-palvelu hakuprosessissa

Kolme haastateltavaa mainitsi, että heidän mielestään Verohallinnon sivujen kieli on vaikeaselkoista. Yksi kertoi luopuneensa yrittämästä ymmärtää arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen ja ALVEU-palvelun ohjeistuksia. Sen sijaan hän ryhtyi tekemään hakemusta ALVEU-palvelussa, joka hänen mielestään oli selkeä.

”Mä luin niitä ohjeistuksia Verottajan sivuilta ja mä olin sitt, äh, tehdään vaan. Ja sitt mä tein sen hakemuksen, niin se olikin helpompaa tehdä ilman, että olin lukenut ohjeita.”

Myös toinen vastaaja kertoi menneensä ohjeista enemmän hämilleen. Hän oli myös tutustunut ALVEU-demoon, mutta hän olisi toivonut voivansa enemmän testailla sitä.

Eräs kirjanpitäjä oli sitä mieltä, että vaikka ohjeet Verohallinnon sivuilla vaikuttavat selkeiltä, hän epäilee, että varsinaisen hakemuksen tekemiseen täytyy yrittäjän paneutua, koska ohjeissa ei suoraan kerrota mitä pitää mihinkin laittaa. Koska ohjeet ovat yleisellä tasolla, ei hakemuksen tekeminen ole helppoa hänen mielestään tavalliselle pk-yrittäjälle.

”Jonkinlaista ymmärrystä tarvii olla tästä taloushallinnosta ja alvi-maailmasta ylipäätänsä. [...] Muuten se on vähän vaikea ymmärtää sitä ohjetta ja siellä tulee kuitenkin monenlaisii juttuja vastaan mitä se ei ehkä ymmärrä tai osaa ratkaista [...] En usko, että tavallinen pk-yrittäjä pystyy tekemään. ”

Myös toinen kirjanpitäjä epäili yrittäjien kykyä tehdä hakemuksia. Hän mainitsi, että hänen mielestään yrittäjät käyttävät niin vähän Katso-tunnuksia, joilla kirjaututaan ALVEU-palveluun, että salasana ehtii vanhentua. Tämä taas voi nostaa kynnystä aloittaa hakemuksen tekeminen. Näiden kahden kirjanpitäjän mielestä yrittäjät eivät ymmärrä termejä ja artiklaviitteitä, joita käytetään Verohallinnon sivuilla ja ALVEU-palvelussa. Ne taas ovat kirjanpitäjille arkipäivää. Tämän vuoksi he epäilivät, että yrittäjillä voi hakemuksen tekemiseen kulua myös enemmän aikaa.

Eräs haastateltava ilmoitti, ettei ollut huomannut linkkejä EU-direktiivien ja jäsenmaiden käsikirja sivustoille Verohallinnon sivuilla. Myös toinen mainitsi, ettei linkkejä EU-direktiiveihin ja käsikirjoihin ollut helppoa löytää. Pari haastateltavaa kertoi olleensa yhteydessä Verohallintoon lisäselvitysten osalta, mutteivät olleet saaneet muuta apua, kuin kehotuksen ottaa yhteyttä kohdemaan veroviranomaiseen.

”Verohallintohan nyt sanoo joka asiaan, että me puhutaan vaan Suomen asioista eikä neuvota puhelimesta mitään.”

”Suomen verohallinto, kun mä soitin sinne niin sieltä ei tosissaan niinku saanu minkään näköstä neuvoa muuta, kun että pitää toimia sen paikallisen veroviraston kanssa.”

Yksi haastateltava tosin mainitsi, ettei hänelle ollut edes tullut mieleen olla yhteydessä Verohallintoon arvonlisäveron ulkomaalaispalautusongelmissa.

”Ei, ei olla Suomen verohallinnon kanssa ei kyllä oltu yhteydessä. Suoraan sanottuna, ei oo kyllä tullu mieleenkään.”

8.3.11 Haastateltavien kehittämistoiveita

Moni parannusehdotus liittyi ALVEU-palveluun. Erityisesti kirjanpitäjät, jotka tekevät paljon palautushakemuksia ja useisiin maihin, valittivat ALVEU-palvelun jäykkyyttä ja kankeutta ja halusivat korjauksia tietojen täyttämiseen. Samojen tietojen kirjoittamista pidettiin tarpeettoman työläänä.

”Kun tekee samalle firmalle monta kertaa. Sen edellisen lähetyksen saisi kopioidu [..] Että siellä ois valmiina tilinumerot, yhteyshenkilöt [..] Ja siltä jos samaan maahan lähdetään hakemaan, niin että sen vois kopioida sen lomakkeen tai siltä ainakin niin, että se tulostuisi sieltä silleen, kun se on täytetty loppuun, niin siinä ois kaikki kentät ja mitä on pantu liitteeksi.”

”Jos on sama toimittaja, niin menisi sillä samalla. Että me voisimme tehdä jollain tavalla toimittajittain ne hakemukset, että niitä ei tarvitsisi laskuittain tehdä.”

Eräs haastateltava kertoi kuluttavansa paljon aikaa tiedon etsimiseen siitä, että onko jokin palautushakemus jo tehty ja mistä dokumenteista palautusta on haettu. Syyksi hän kertoi, ettei hänen mielestään ALVEU-palvelusta ole mahdollista tulostaa hakemuksen yhteenvettoa, joka helpottaisi seuraavien hakemusten tekemistä, kun voisi hyödyntää aiempaa tietoa. Hän on päätenyt ottamaan hakemuksista itselleen print screen -kopion, jotka tosin voi unohtua ottaa silloin tällöin.

Muutama haastateltava oli sen kannalla, että kirjanpito-ohjelmia tulisi kehittää hakemaan paremmin tietoa laskuista. Haasteena kuitenkin on, että laskut ja muut asiakirjat eivät ole määrämukoisissa asussa, vaan niitä on myös paperisessa muodossa, jota sähköinen järjestelmä ei kykene tulkitsemaan.

Toiveita esitettiin myös, että lisäselvityspyynnöt saataisiin edes englanninkielellä, sillä kansainvälisessä kaupassa englanti on kuitenkin yleisessä käytössä. Sanottiin myös, että joissain tehtävissä virkamiesten kohdalla EU:ssa tulisi olla englanninkielentaidon vaatimus. Vaikka ku-

kin haastateltava tuntui osaavan englantia, hieman oli aistittavissa joissain vastaajissa epävarmuutta siitä, miten englanninkielisiä lakitekstejä tulisi tulkita. Tämän vuoksi toivottiin maakohtaisia tietoja myös suomeksi, englanninkielisten lisäksi. Parikin haastateltava toivoi jonkinlaista seurantamahdollisuutta hakemuksen etenemisestä esimerkiksi ALVEU-palveluun ja, että lisäselvitykset kohdemaasta tulisivat englanninkielellä esimerkiksi OmaVeroon, jossa niihin voi vastata ja lähettää takaisin. Samainen haastateltava toivoi, että Suomen Verotoimisto toimisi asiantuntijana ja välittäjänä kohdemaan välillä.

Toivottiin suomenkielisiä ohjeita maittain, miten toimia, jos hakemuksessa on virhe, pitääkö tehdä uusi hakemus vai voiko seuraavaan hakemukseen laittaa saman laskun. Toivottiin myös linkkejä maakohtaisille sivuille. Toiveena oli saada selkokielineen, vaikka eurooppalainen, sivusto, jossa näistä asioista kerrotaan. Kysyttäessä olisiko prosessikaaviosta apua, yrittäjät pitivät ajatusta hyvänä. Talousalan ammattilaisille arvonlisäveron palautushakeminen taas on melko vaivatonta, joihinkin muihin ilmoituksiin ja raportteihin verrattuna. Näin ainakin eräs kirjanpitiäjä huomautti, eivätkä he ehkä sen vuoksi kaivanneet parannuksia ohjeisiin.

Mielipiteet siitä, miten paljon ja missä arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksista tulisi tiedottaa, vaihteli. Eräs pohti, että keskustelua pitäisi lisätä ihan yrityksen sisällä ja siten lisätä tietoisuutta asiasta. Hänen mielestään tiedotusvastuu asiasta ei kuitenkaan kuulunut Verohallinnolle. Epäiltiin myös, että syy vähäiseen tietoisuuteen palautushakemisesta johtuu siitä, ettei siitä kerrota tiedotusvälineissä. Kuitenkin eräs haastateltava kertoi löytäneensä hyvin tietoa asiasta.

Arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta pidettiin hyvänä asiana, mutta sen toivottiin olevan yksinkertaisempaa ja asiakaslähtöisempää hakijalle.

”Toi on ihan loistava juttu. On mahdollista muualtakin saada palautusta, kuin vain näistä suomalaisista liiketoimista [...] Varsinkin sellaiselle, joka tekee paljon kauppaa tonne, tilaa tavaroita ulkomailta, niin heille se on isompi juttu ja toki edistää sitä maitten välistä kauppaa, mutta että se vois pikkasen olla yksinkertaisempaa.”

”Toivoisin, että olis enemmän asiakaslähtöinen, eikä viranomaislähtöinen tämä prosessi. Että se mietittäisiin uudestaan sieltä kautta.”

8.4 Teemahaastattelujen aineiston analysointi

Haastateltavien kokemukset arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakemisesta vaihtelivat. Yhdellä ei ollut lainkaan henkilökohtaista kokemusta hakemisesta, mutta hän oli mukana päättämässä ulkomaalaispalautuksen alihankinnasta, joten tiesi prosessin ja sen vaatimuksista. Yksi oli hakenut palautuksia ainoastaan ennen ALVEU-palvelun käyttöönottoa. Yksi oli keväällä

2018 hakenut palautusta ensimmäistä kertaa. Kaksi oli hakenut palautuksia muutama vuosi aiemmin ja kaksi hakee palautuksia pitkin vuotta.

Haastateltavien erilaisten kokemustustojen etu oli, että erilaisia näkemyksiä palautushakemiseen oli saatavilla. Pidin myös myönteisenä, että vastaajina oli sekä yrittäjiä että kirjanpittäjiä, joilla oli hieman erilainen suhtautuminen palautushakemiseen. Erilaiset taustat tekivät kuitenkin vastausten vertailun paikoittain vaikeammaksi. Myös oikeanlaisen tiedon saaminen ja termien ymmärtäminen vaihteli haastateltavien kesken. Lisäksi osalle haastateltavista ei voinut esittää kaikkia kysymyksiä, koska heitä puuttui käytännön tieto tämän hetken hakuprosessista. Kuitenkin joidenkin haastateltavien vähäinen kokemus palautushakemisesta tuki osaltaan opinnäytetyön lähestymistapaa, koska tällöin vastauksiin oli mahdollista tuoda esille tiedon hakuun ja käyttökokemukseen liittyviä haasteita ja mielipiteitä. Kaikki vastaajat olivat vapaaehtoisia, koska he olivat kaikki vastanneet kyselyyni haastattelusta ja suostuneet haastatteluun. Tämän vuoksi heidän motivaationsa ja asenteensa tutkimukseen osallistumiseen oli hyvä.

Voi olla, että haastatteluun valikoitui satunnaisesti yrittäjiä, joilla ei ollut vaikeuksia ymmärtää arvonlisäveron ulkomaalaishakua ja ALVEU-järjestelmää. Sillä lisäselvityspyyntöä lukuun ottamatta, jokainen kertoi osanneensa tehdä hakemuksen itse ALVEU-palvelussa, eikä kokenut sitä vaikeaksi. Tosin, toiveet prosessikaaviosta ja selkokielen käytöstä tulivat myös yrittäjiltä.

9 Opinnäytetyön tutkimustulokset ja kehittämistyö

9.1 Tutkimustulosten yhteenveto

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset olivat

- Mitkä tekijät määrittävät sen, että arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta haetaan?
- Mitkä tekijät vaikuttavat siihen, että arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta ei haeta? Voidaanko näihin tekijöihin vaikuttaa käyttäytymistaloustieteen keinoin?

Teoreettisessa viitekehyksessä oletettiin, että raha ja aika ovat keskeisessä asemassa päätettäessä palautushakemisesta. Haastattelujen pohjalta voitiin vahvistaa rahan merkitys, sillä hakupäätökseen vaikuttaa ensisijaisesti palautussumman suuruus. Suuri palautussumma vaikutti myönteisesti sekä yrittäjien että kirjanpittäjien hakuaktiivisuuteen. Yksikään ei pitänyt 50 euron palautussumman hakemista kannattavana.

Se miten aika vaikuttaa palautushakupäätökseen, ei tutkimuksessa pystytty selkeästi todentamaan. Vastauksissa ei ilmennyt, että kukaan olisi suhtautunut kielteisesti siihen työaikaan joka kului hakemuksen tekemiseen. ALVEU-palvelua toivottiin käyttäjäystävällisemmäksi,

mutta se ei estänyt hakemusten tekemistä. Vaikka kohdemaan päätösten kestosta tuli kritiikkiä, se ei kuitenkaan vaikuttanut kielteisesti hakupäätöksiin tulevaisuudessa. Tähän vaikuttaa rahasummien suuruus, jolloin hakeminen nähdään kannattavaksi sen kestosta huolimatta. Viivyttelyä hakemuksen tekemiseen ei varsinaisesti ollut, kuin yhden haastateltavan osalta, vaikka hakuaika on pitkä. Kerran vuodessa hakemuksia tekevät kertoivat tekevänsä ne alkuvuodesta.

Hakijan kielteiseen päätökseen arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksesta vaikutti haastattelujen mukaan kohdemaan kielivaatimukset. Vieras kieli ja siten vaikea hakuprosessi, saattoivat keskeyttää hakuprosessin. Tällöin kyseessä ei kuitenkaan ollut hakijan haluttomuus hakea palautuksia, vaan kohdemaan prosessiin luomat hakijalle ylittämättömät tai kannattamattomat esteet. Palautussumman suuruus korostui tällöin päätöksessä, jolloin hakuprosessia ei enää haluttu jatkaa, kun oli kyse pienistä summista. Vaikea hakuprosessikokemus vaikutti kielteisesti tulevaisuuden hakupäätöksiinkin, ainakin kyseisen kohdemaan tapauksessa. Joitain hakemusten hylkääksiä tulee haastattelujen mukaan myös hakemuksessa olevista puutteista ja määräaikojen umpeutumisesta. Hylättyjen hakemusten määrät ovat suhteessa parin prosentin luokkaa kaikista hakemuksista.

Koska haastateltavista ainoastaan yksi ei hae enää arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia ei saatu todennettua syitä miksi yrittäjät jättävät hakemisen kokonaan pois. Haastateltavan kokemukset palautushausta ovat ennen ALVEU-palvelun käyttöönottoa, joten hänen vastauksiinsa ei voi suoraan verrata nykyhetken prosessiin. Kaikilla haastateltavilla on kuitenkin alan tuntemusta ja kontakteja, joten heiltä kysyttiin, mitä he voisivat pitää syinä palautushakemusten tekemättä jättämiseen. Mielipiteet vaihtelivat hakuprosessin vaikeudesta, yrittäjien ja kirjanpitäjien tietämättömyyteen.

Haastateltavien vastauksissa oli eroavaisuutta yrittäjien ja kirjanpitäjien kesken mitä tuli prosessiin ja viestintään arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksesta. Kirjanpitäjät olivat pääosin sen kannalla, että prosessi on selkeä eikä viestinnässä ole korjattavaa. Yrittäjät kuitenkin halusivat selkeämpää kieltä ja ohjeita Verohallinnon sivuille ja prosessikuvauksen hakuprosessista. Vastauksissa korostuneen kirjanpitäjien ammattitaidon kautta tuleva kyky ymmärtää virkamieskieltä ja löytää näin oleellinen tieto. Kun taas yrittäjien kohdalla viestinnän tulkinvaraisuus ja tiedon etsinnän vaikeus tulevat selkeämmin esille, vaikei yrittäjillä suoranaisia vaikeuksia itse arvonlisäveron ulkomaalaispalautukseen liittyvän tiedon etsinnässä ollut. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö kirjanpitäjienkin keskuudessa olisi ollut tarvetta selkeämmälle viestinnälle, erityisesti mitä tulee englanninkieliseen lakitekstiin.

Tulosten pohjalta voidaan tehdä johtopäätös, että ne haasteet johon voidaan käyttäytymistaloustieteen osalta vaikuttaa Suomessa, ovat ohjeiden selkeys ja prosessikuvaus. Luomalla koko arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessista prosessikaavio hakijan näkökulmasta voidaan

hakijan ymmärrystä prosessin vaiheista selkeyttää. Samalla voidaan tuoda esille mahdollisia prosessin kipukohtia, mihin hakijan tulisi kiinnittää huomiota ja selvittää ennen haun aloittamista.

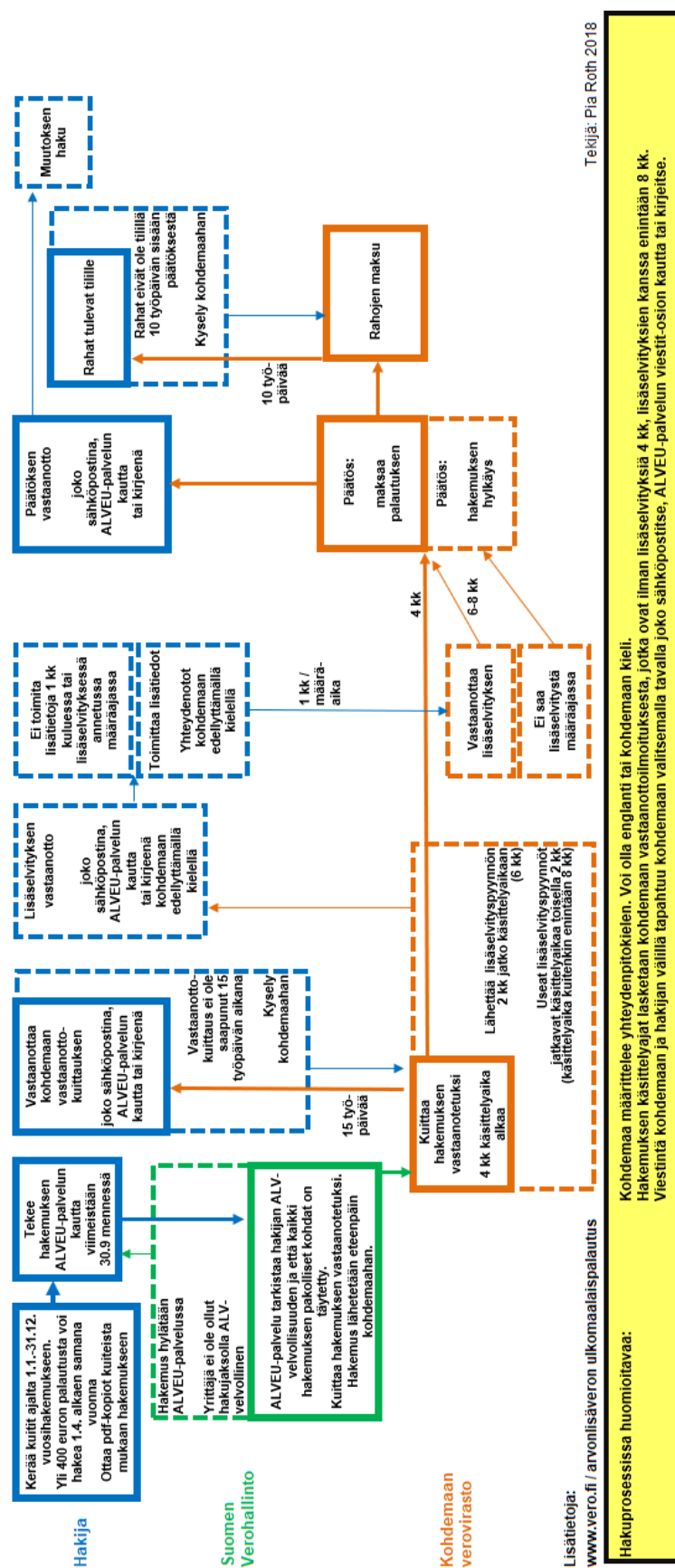
9.2 Arvonlisäveron ulkomaalaishaun prosessikaavio hakijan näkökulmasta

Opinnäytetyön kehittämistehtävänä luotiin visuaalinen prosessikuvaus arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksesta helpottamaan hakija päätöksentekoa. Prosessikaavio hakijan näkökulmasta on kuviossa 25. Prosessikaavio on tehty hyödyntäen informaatiomuotoilun ja käyttäytymistaloustieteen keinoja ja sen tarkoituksena on helpottaa erityisesti aloittelevan hakijan päätöksentekoa itse ulkomaalaispalautushausta, mutta myös hakuprosessin eri vaiheissa. Arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaku on vapaaehtoista, mutta erityisesti suurten palautussummien osalta kannattavaa. Tämän vuoksi ihmisten ohjaaminen tuuppaamalla jättää heille valinnan mahdollisuuden, mutta valinta pohjautuu valistuneeseen päätökseen hakemisesta, eikä yksin mielikuviin ja tiedon etsimisen vaikeuteen.

Verohallinto jakaa tietoa arvonlisäveron ulkomaalaispalautushausta ensisijaisesti verkossa. Tällä hetkellä arvonlisäveron ulkomaalaispalautusprosessin kuvaus on kirjallisessa muodossa Verohallinnon sivuilla. Visuaalista kuvausta ei ole nähtävissä myöskään Europa.eu:n sivuilla tai EU-komission sivuilla. Kuten aiemmin opinnäytetyössä on kerrottu, verkosta tietoa etsivä ihminen ensisijaisesti silmäilee verkkosivuja ja keskittyy etsimään vastausta mielessään olevaan ongelmaan. Kuitenkin koko arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessin ymmärtäminen on tärkeää onnistuneelle ja mahdollisimman yllätyksettömälle palvelukokemukselle.

Ihminen pystyy paremmin hahmottamaan pienissä osissa jaettua tietoa. Sen vuoksi prosessikaavion hyödyntäminen tuuppauskeinona on paikallaan erityisesti niiden kohdalla, joille palautushakeminen on vierasta. Prosessikaavio on sopiva tuuppauskeino hahmottamaan prosessin vaiheet, mutta myös herättämään mielenkiinto etsimään tietoa sen maakohtaisista eroista.

Käyttäytymistaloustiede että informaatiomuotoilu molemmat pyrkivät omin tavoin auttamaan tiedon ymmärtämistä ja siten helpottamaan päätöksentekoa. Ihminen tekee suurimmaksi osaksi päätöksiä intuitioon, järjestelmä 1:een, pohjautuen. Päätökset pohjaavat aistivihjeisiin, jo olemassa olevaan tietoon ja aiempiin kokemuksiin. Informaatiomuotoilu pyrkii tarpeen mukaan yksikertaistamaan olemassa olevaa ja vaikeasti ymmärrettävää tietoa ilman, että alkuperäinen viesti vääristyy. Visuaalinen viesti on nopeammin hahmotettavissa, kuin kirjoitettu viesti, joka näin tukee ihmisen intuitioon pohjaavaa päätöksentekoa.



Kuvio 25: Arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessi hakijan näkökulmasta

Ihmiset arvostavat helppoutta, joka on prosessikaavion lähtökohtana. Käyttäytymistaloustieteessä voidaan päätöksentekoa tukea esimerkiksi vähentämällä toiminnan haittoja. Arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksessa voi syntyä tarpeettomia päätöksenteon haittoja ja lisävaatimuksia hakijalle jo alkuvaiheen tiedon etsinnässä. Vaikka tietoa löytyy Verohallinnon sivuilta, kattavan tiedon saaminen edellyttää, että ihmiset etsivät tietoa myös muilta verkkosivuilta. Ihmiset voivat haluta kattavasti tietoa, mutta se ei kuitenkaan helpota heidän päätöksentekoaan. On vaikeampaa tehdä päätös liiasta tiedosta, kuin rajatusta määrästä oikeanlaista tietoa.

Ihmiset myös arvostavat tiedon yksinkertaistamista. Ihmiset ymmärtävät helppolukuiset viestit paremmin, mutta he myös uskovat niitä herkemmin. Selkeät vaiheet, joita prosessikaavio kuvaa, voivat toimia myös tarkistuslistana, josta voi nopeasti tarkistaa aikataulut ja missä vaiheessa prosessissa edetään. Jakamalla hakijan kannalta oleellista tietoa yksinkertaisessa muodossa prosessin eri vaiheista, voidaan hakijan epävarmuutta prosessista vähentää ja siten tuupata heitä tekemään heille kannattava päätös hakuprosessin eri vaiheissa. Näin informaatiomuotoilu ja käyttäytymistaloustiede tukevat toisiaan helpottamalla hakijan päätöksentekoa.

Prosessikaaviossa on hyödynnetty informaatiomuotoilun keinoja ja ihmisten taipumusta etsiä tietoa verkosta silmäilemällä. Kaaviosta on mahdollista hahmottaa koko prosessi yhdellä silmäyksellä. Prosessikaaviossa toimijat on kuvattu eri värein, jotta heidän velvoitteensa on mahdollista erottaa toisistaan. Prosessikaaviossa on myös hyödynnetty tutkimuksen tuloksia ja Verohallinnon asiantuntijoiden kertomaa. Tämän vuoksi kaaviossa on kuvattu, miten ALVEU-palvelu toimii tällä hetkellä käytännössä ja siitä on jätetty pois vaihtoehto, jossa laskuja ei tarvitse lisätä hakemukseen.

Prosessikaaviossa on haluttu kuvata suoraviivainen, ongelmaton hakuprosessi, mutta myös mahdolliset poikkeamat. Sillä juuri nämä hakuprosessin poikkeamat aiheuttavat suurimmat haasteet hakijan palvelukokemukseen, vaikka ovatkin määrällisesti vähäisiä. Tunnistamalla poikkeamat ja ennakoimalla niiden tuomat vaatimukset, kuten käännöstarpeet, voi päätöksenteko hakuprosessin muissa vaiheissa olla vaivattomampaa. Näin haasteet ovat mahdollisesti hallittavissa hakuprosessin loppuunsaattamiseksi. Vaihtoehtoiset prosessit on eroteltu erilaisilla laatikoilla, paksuviivaisilla ja katkoviivaisilla, joista jälkimmäiset kuvaavat poikkeavia tilanteita. Tässä on hyödynnetty näköhavainnon samankaltaisuuden ja läheisyyden lakeja. Laatikoissa on kuvattu lyhyesti mitä missäkin tilanteessa on tehtävä tai odotettava tapahtuvaksi ja miten. Koska hakijalle on tärkeää tietää milloin mitään on tehtävä tai milloin tietoa on saatava eri vaiheista, on prosessikaavioon laitettu aikatietoja useampaan paikkaan, niin laatikoihin kuin nuoliin. Myös selkeä tieto vastuutahoista ongelmatilanteissa auttaa prosessin etenemisessä.

Kaaviossa teksti on kirjoitettu ainoastaan vaakasuoraan lukemisen helpottamiseksi. Fontiksi on valittu musta lihavoitu Arial, joka on päätteetön fontti ja siten helppolukuinen myös pienessä koossa. Tausta on jätetty valkoiseksi, jolloin suuri luminanssiero helpottaa tekstin erotumista ja lukemista. Tutkimuksessa tuli esille, että on tärkeää korostaa tiettyjä asioita arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaussa, minkä vuoksi ne on laitettu erikseen keltaisella pohjalla olevaan laatikkoon mustalla tekstillä. Musta-keltainen väri on yleensä varoituksen väri, mutta se toimii myös herätevärinä tärkeille asioille sen luoman kontrastin vuoksi. Keltaisen laatikon tietojen on tarkoitus auttaa hakijaa huomioimaan siinä kerrotut seikat ja etsimään tarkemmin maakohtaista tietoa aiheesta. Kaavioon on lisätty myös Verohallinnon verkkosivu ja hakusana, arvonlisäveron ulkomaalaispalautus, jolla tietoa on mahdollista etsiä lisää.

10 Johtopäätökset

Kehittämistutkimuksessa selvisi, että hakijat käyttävät erilaisia keinoja oikaista prosesseissa ja tiedonhaussa. Vaikka EU on pyrkinyt helpottamaan arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta, sillä, ettei kuitteja tarvitse lähettää jokaiseen maahan, ovat hakijat kokeneet helpommaksi kuittien lähettämisen kuin etsiä maakohtaisesti tietoa oikeasta toimintamallista. Näin hakijat pyrkivät vaikuttamaan siihen, ettei lisäselvityspyyntöjä lähetettäisi kohdemaasta, joka automaattisesti voi jatkaa hakemuksen käsittelyaikaa ja palautusrahojen saamista. Hakijat ovat luoneet omia oletusasetuksia helpottaakseen päätöksentekoaan (default). (Thaler ym., 2008, 38.) Tämä helpottaa päätöksentekoa, mutta antaa hakijalle myös tunteen, että edes osa arvonlisäveron ulkomaalaistalautushaun erilaisista päätöksentekotilanteista on hänen hallinnassaan.

Suomen Verohallinnon asiantuntijoiden mukaan ajankohtaista tietoa kohdemaan säännöistä ja määräyksistä hakea kohdemaan veroviranomaiselta ja heidän sivustoltaan tai EU-direktiiveistä ja käsikirjoista. Haastatteluista kuitenkin ilmeni, ettei kukaan käynyt erikseen tarkistamassa näistä kohteista tietoja, vaan mieluiten kysytään neuvoa kollegalta tai tulkitaan parhaalla tavalla olemassa olevaa tietoa. Tällöin tyydytään riittävän hyvään ratkaisuun, mutta tilanteessa voi vaikuttaa myös liiallisen tiedon välttely. Vasta, kun ongelmia ilmenee, aletaan tutkimaan asiaa, muttei kuitenkaan ensimmäiseksi kohdemaan veroviranomaiselta.

Oli myös jonkin verran havaittavissa joitakin väärinkäsityksiä joko ALVEU-palveluun tai hakuprosessiin liittyen. Nämä saattavat johtua siitä, että tietoa arvonlisäveron ulkomaalaispalautushausta on haettu itsenäisesti, eikä ole ollut mahdollisuutta tarkistaa tietojen paikkansapitävyys. Mutta myös, että kukin haastateltava keskittyy yhden ongelman ratkaisuun, kuten siihen miten ALVEU toimii, sen sijaan, että pyrkisi ymmärtämään koko prosessin. Tällöin Krugin näkemys siitä, miten ihminen keskittyy verkossa vain yhden tiedon hakuun, olisi todellista. Näyttäisi myös siltä, että yleisesti ottaen, toimintaa jatketaan entiseen malliin (status quo), koska lisätiedon etsiminen ja toiminnan mahdollinen muutos olisi työlästä (Kahneman & Tversky 1982; Samuelson & Zechauser 1988).

Selvisi myös, että hakijoilla on melko vähän maakohtaista tietoa etsittynä, vaan olemassa oleva tieto on pitkälti tullut kokemuksen kautta. Tietoja ei myöskään erikseen tarkisteta, vaan luotetaan aikaisempaan tietoon. Tämä antaa ymmärtää, että nykytilaa pyritään ylläpitämään, mutta myös ajankohtaisen tiedon hankinta koetaan jollain tavalla haasteelliseksi. Tässä voivat vaikuttaa niin tiedon välttely, ylikuottamusharha kuin liialliset määrät vaihtoehtoja tai tietoa (Schwartz 2009, 5; Iyengar ym. 2000; Moore ym. 2008; Nickerson 1998). Vastauksissa kommentoitiin kuinka osa ei ollut nähnyt Verohallinnon sivuilla linkkejä maakohtaisiin tietoihin tai että niitä on vaikea löytää. Erityisesti kirjanpitäjien vastauksissa oli havaittavissa luottamusta omiin kykyihin ja ammattitaitoon, vaikka joissain vastauksissa oli väärinkäsityksiä.

Kehittämistutkimuksessa tuli hieman tukea väitteelle, että yritykset hakevat huonosti matkakuluja EU-maista. Tämä voi johtua siitä, että arvonlisäverot koetaan pieniksi matkakuluissa. Tai kuittien määrä suhteutettuna saatavaan rahasummaan on liian suuri. Ihminen ei osaa hyvin vertailla asioita, minkä vuoksi rahan mitattavuuteen tukeudutaan päätöksenteossa. Pienen summan vertaaminen suurempaan summaan ja aiempi kokemus hakuprosessista voivat vaikuttaa hakupäätökseen. Voi olla myös, että rahat tiliöidään mentaalisesti eri tavoin, koska matkakulut voidaan ymmärtää eri tavoin kuin hankintakulut. On myös mahdollista, että haastateltava ei nähnyt kannattavaksi hakea suuresta määrästä laskuja pieniä summia palautuksia. Kuten aiemmin on kerrottu, yksittäisten laskutietojen syöttäminen ALVEU-palvelussa voi olla työlästä. Nämä tukisivat kehittämistutkimuksen tulosta siitä, että palautuksen suuruus vaikuttaa palautuksen hakemiseen.

Kehittämistutkimuksessa heräsi epäily, että käsitykset siitä, että yritykset eivät hakisi arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia olisi joltain osin väärä. Vaikka toki yrityksiä on jotka eivät hae arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia, sillä tähänkin saatiin vastaus, niin osa, niin sanotusti hakematta jätetyistä palautuksista, saattaa olla kohdemaan hylkäämiä palautuksia. Tätä tukee vastaajien kommentit, että hakemuksia tehdään myös maihin, joissa palautushakuprosessi voi olla vaikea. Haastateltavat olivat myös valmiita näkemään vaivaa hakemuksen loppuunsaattamiseen selvitellessään lisäselvityspyyntöjä, erityisesti silloin kun oli kyse suurista summista. Se osin antaa viitteitä siitä, että he kokivat sijoittaneensa aikaa ja rahaa hakuprosessiin, minkä vuoksi siitä irrottautuminen voidaan kokea vaikeaksi. Tällöin päätöksessä voi vaikuttaa uponneiden kustannusten harha (sunk cost fallacy) (Arkes & Blumer 1985; Soman 2001.). Tilitoimistojen osalta on myös kyse liiketoiminnasta. Lisäselvitykseen käytettyä aikaa ainakin yrittäjät vaikuttivat tiliöivän ajatuksissaan eri tavoin (Thaler 1999). Heidän vastauksiinsa ei erityisesti ollut huomattavissa, että he olisivat erikseen miettineet lisäselvitykseen kuluvaan aikaa ja rahaa. Lisäselvitys nähtiin enemmänkin ongelmana, joka on ratkaistava. Oli ehkä kyse jonkinlaisesta tunnelinäöstä. Tämä voi johtua yrittäjien tavasta suhtautua haasteisiin. Ne on ratkaistava.

Kehittämistutkimuksen tulosten pohjalta yrittäjät, yhtä poikkeusta lukuun ottamatta, tuntuivat suhtautuvan palautusprosessiin kuluvaan aikaan rennommin kuin kirjanpitäjät. Eräs syy tähän voi olla, että kirjanpitäjät laskuttavat työstään asiakkaitaan ja ovat siten tietoisempia oman aikansa arvosta. Todennäköisesti kirjanpitäjät joutuvat pitämään jollain tasolla asiakas-kohtaisesti kirjaa siitä, miten paljon arvonlisäveron ulkomaalaispalautukseen on kulunut aikaa, jotta he voivat laskuttaa asiakasta oikein. Näin he voivat suhtautua palautushakuun kuluvaan aikaan samoin kuin tuntipalkkaiset, jotka tiedostavat oman arvonsa hyvin. Kirjanpitäjillä on kyse myös työhön liittyvästä toimenkuvasta. Yrittäjälle voi oman ajan arvo olla vaikeammin hahmotettavissa, sillä yrittäjähän on aina töissä.

Kirjanpitäjät kertoivat haastatteluissa, että he sopivat yhdessä asiakkaan kanssa haetaanko arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia. Tämä antaa ymmärtää, että kirjanpitäjällä voi olla paljonkin vaikutusvaltaa yrittäjän palautushakupäätökseen. Tilitoimiston kantaan voivat vaikuttaa resurssit, joilla hakemuksia tehdään. Hakemuksia tekevät tilitoimistot olivat suuruudeltaan enintään 12 hengen yrityksiä ja esimerkiksi hinnoittelulla voidaan vaikuttaa yrittäjän päätökseen palautushausta. Korkealla hinnoittelulla voidaan karsia pois pienemmät, kannattamattomat, palautukset.

Tutkimuksessa ilmeni myös muita keinoja vaikuttaa yrittäjän päätökseen. Eräissä tilitoimistossa asiakkaat olivat kertoneet kirjanpitäjälle, ettei arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksia tarvitse hakea, koska haettavat summat ovat pieniä. Kuitenkin kyseisellä tilitoimistolla on 500 euron palautusmäärän vähimmäislinjaus. Tätä taustaa vasten asiakkaiden kommentit asettuivat toisenlaiseen valoon. Ehkä asiakkaat olivatkin viitanneet palautussummien olevan alle 500 euron, eikä miten kirjanpitäjä oli kommentin tulkinut, yrittäjän haluttomuuteen hakea pienempiä palautussummia. Tilitoimisto on näin vaikuttanut yrittäjän päätökseen poissulkemalla vaihtoehtoja.

Jotkut haastateltavat olivat oppineet, milloin hakemusta ei kannattanut tehdä. Toisin sanoen, hakemus oli jollain perusteilla aiemmin hylätty ja tähän tietoon pohjaten, hakijalla on vahva epäily, ettei hakemus mene läpi. Tällöin prosessin vaikeus, itseluottamus- ja vahvistusharhat, voivat kasvattaa uskoa siihen, ettei hakeminen kannata. Myös vaikea lisäselvitysprosessi saattaa herkemmin johtaa päätökseen, olla hakematta palautuksia uudestaan samasta maasta. Se, että voiko se vähentää yrityksen toimintaa kyseisessä maassa, ei tuloksissa selvinnyt. Jos kohdamaa joskus ryhtyy muuttamaan palautusjärjestelmäänsä hakijaystävällisempään suuntaan, voi tiedon leviäminen kestää pitkään. Huonoa mainetta on vaikea muuttaa.

Saksa on lähettänyt lisäselvityspyyntöjä, joiden laadusta voitaneen epäillä, että Saksa on halunnut ohjata hakemuksen tekijöitä tekemään ostoksia paikoista, joista yrittäjän on mahdollista ostaa tuotteet ilman arvonlisäveroa. Näin yrittäjän ei tarvitse tehdä tarpeettomia palautushakemuksia, mikä on kyllä asiakaslähtöistä toimintaa. Lähestymistapa on kuitenkin hieman

erikoinen, vaikka lopputulos on asiakkaan kannalta hyvä. Asiakkaiden ohjaaminen arvonlisäverottomiin kauppapaikkoihin toki myös helpottaa veroviranomaisten työtaakkaa.

Jotkut kohdemaat tuntuvat käyttävän käänteistä tuuppausta käyttäessään lisäselvityksissä paikallista kieltä tai vaikeaa viranomaiskieltä, jota hakija ei hallitse tai hänen on vaikea ymmärtää. Näin maat pystyvät vaikeuttamaan hakijan palautusprosessia ja mahdollisesti myöhemmin myös hylkäämään hakemuksen, jolloin palautusrahat jäävät kohdemaahan. Tutkimuksessa ei kuitenkaan selvinnyt, että vaikeuttaako kohdemaan prosessia tarkoituksenomaisesti joka kerta vai määrittävätkö jotkin seikat toimintamallin. Esimerkiksi Tšekin lisäselvityspyynnössä oli ainakin toisessa hakemuksessa kyse pienemmästä summasta, 400 eurosta. Olisiko hakemus mennyt läpi, jos kyseessä olisi ollut tuhansia euroja vai oltaisiinko silti lähetetty lisäselvityspyyntö? On myös pidettävä mielessä mihin palautussumman hylkäys johtaa. Kuten eräs haastateltava mainitsi, että summat joita ei ole mahdollista saada palautuksina, kannattaa lisätä hintaan, jotta yritys saa rahat takaisin. Tämä tarkoittaa, että kuluttaja loppukädessä joutuu maksajaksi, jos yrittäjältä jää palautuksia saamatta.

Kehittämistutkimuksen tuloksista voidaan todeta, että niille, jotka eivät työkseen, tai muista syistä, päivittäin ole tekemisissä lakitermien, virkamieskielen ja talousalan termien kanssa, on niiden ymmärtäminen haasteellista. Myös Palvelumuotoilukurssin yrittäjien vastauksissa oli tähän viittausta arvonlisäveron osalta. Se, että kahdella henkilöllä jotka puhuvat kohdemaan kieltä, toinen äidinkielenään, on vaikeuksia ymmärtää veroviranomaisen lisäselvityspyyntöä, kuvastaa tilanteen haasteellisuutta. Tilitoimistossa voidaan kuluttaa melko paljonkin aikaa hylättyjen hakemusten hylkäysperusteiden selvittämiseen ja hakemusten korjaamiseen. Se, että oliko hylkäysperusteen kieli vaikeaselkoista vai eikö hylkäysperustetta oltu saatu, jäi kuitenkin todentamatta. Myös Suomessa käytettävää viranomaiskieltä kritisoitiin sen tulkinnallisuudesta, varsinkin lakiteksteissä.

Asiaan perehtymättömälle on vaikeaa hahmottaa arvonlisäveron ulkomaalaispalautusta kokonaisuutena. Tämä tuli esille erityisesti vertailtaessa yrittäjien ja kirjanpitäjien haastattelujen vastauksia. Erityisesti yrittäjien keskuudessa suhtauduttiin myönteisesti arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakuprosessin kuvaamiseen visuaalisesti. Yrittäjät toivoivat myös viranomaiskielen muuttamista selkeämmäksi. Tämän tiedon pohjalta on kysyntää arvonlisäveron ulkomaalaisprosessin visuaaliselle kuvaamiselle.

Tulosten luotettavuuden arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Siinä missä kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään luotettavuuden mittareina validiteettia ja reabiliateettia, ei kvalitatiivisessa tutkimuksessa ole luotettavuuden arviointiin yksiselitteisiä ohjeita (Tuomi & Sarajärvi 2018, 163; Eskola ym. 2008, 211). Kvalitatiivisen opinnäytetyön luotettavuutta tarkastellaan pitkälti tutkijan tekemän tutkimusprosessin kuvauksen kautta, jolloin tarkka kuvaus tutkimusprosessin eri vaiheista vahvistaa tutkimuksen luotettavuutta.

Tällöin kaikki valinnat on kirjattu ylös ja ne on perusteltu. Tulosten aukoton todistusketju on luotettavuuden edellytys. (Kananen 2012, 165; Hirsjärvi ym. 2006, 189.) Jotta tutkimus on luotettava, on tutkijalla oltava riittävästi aikaa tehdä tutkimuksensa. Keskeisenä tekijänä työn luotettavuudelle pidetään sen julkisuutta. (Tuomi ym. 2018, 165.)

Opinnäytetyössä on pyritty kuvaamaan mahdollisimman hyvin ja avoimesti koko tutkimusprosessi ja miten opinnäytetyön aineistot on kerätty ja mistä ne muodostuvat. Myös miten haastateltavat valikoituivat tutkimukseen, on kuvattu seikkaperäisesti. Tutkimusmenetelmien valinnat on perusteltu tukemaan tutkimusta. Tuloksissa olen pyrkinyt nostamaan esille ne asiat, jotka toistuvat, mutta myös ne seikat mitkä voivat vaikuttaa tulosten tulkintaan.

Tutkimuksen tulisi olla objektiivista, neutraalia ja puolueetonta (Kniivilä, Lindblom-Yläne & Mäntynen 2017, 15). Tätä voidaan kuitenkin kritisoida, sillä tutkija on jo omilla valinnoillaan tehnyt valintoja, jotka kyseenalaistavat nämä vaatimukset. Jo yksin aiheen valinta, siihen tehdyt rajaukset ja tutkimuskysymykset ohjaavat tutkimusta tiettyyn suuntaan. Tutkija on myös oman tutkimuksensa tutkimusväline (Eskola ym. 2008, 210). Tutkijan toiminta määrittelee siis tutkimuksen luotettavuutta. Tämän vuoksi luotettavuuden määrittelyssä korostuu, miten hyvin kaikki käytettävissä oleva aineisto on huomioitu, haastattelut litteroitu ja tiedot arkistoitu. Tulosten tulkinnassa tutkijan tulisi kyetä myös kertomaan mihin päätelmät perustuu. (Hirsjärvi ym. 2006, 189; Hirsjärvi ym. 2013, 233).

Tutkimuksessa on pyritty etsimään mahdollisimman kattavasti tietoa ja erilaisia näkemyksiä arvonlisäverosta ja arvonlisäveron ulkomaalaispalautushausta. Koska arvonlisäveron ulkomaalaispalautushakua suorittavat pitkälti alaan erikoistuneet yritykset, oli palautuksia tekevien pk-yritysten löytäminen haastavaa. Sitä ei helpottanut kesäaika. Kuitenkin olen tyytyväinen haastateltavien osaamiseen ja tietoon palautushausta, minkä vuoksi pidän haastateltavia tutkimuksen osalta laadullisesti hyvänä joukkona. Tiedon luotettavuutta pyrittiin myös parantamaan kertomalla tarvittaessa, oliko vastaajana yrittäjä vai kirjanpitäjä.

Tutkimuksen objektiivisuutta lisää se, että tutkittavien käsitykset ja näkökulmat tulevat tutkimuksessa mahdollisimman hyvin esille (Hirsjärvi ym. 2006, 189). Vaikka tutkijalla on omat näkökantansa niiden ei tulisi vaikuttaa aineiston tulkintaan. Haastattelujen edetessä oli havaittavissa, että kysymyksen asettelut keskittyivät tiettyjen aihealueiden syvempään ymmärtämiseen. Vaikka kyseessä on toisen käden tieto, haastateltavilta kysyttiin myös mielipiteitä yleisellä tasolla, esimerkiksi siitä miten hyvin arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksesta tiedetään. Kuitenkin se, että kyseessä on mielipide, eikä tieto, tuotiin esille, kuin myös haastateltavien eriävät mielipiteet mahdollisimman kattavasti. Tutkimuksen kannalta haasteelliseksi tuli irrottaa haastateltava niin sanotusti käytännön ongelmien kertomisesta. Tämä tulee esille haastateltavien esittäessä ratkaisuja arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksen ongelmiin.

Kaikki haastattelut äänitettiin ja haastatteluaineisto arkistoitiin ja litteroitiin mahdollisimman tarkasti. Haastattelujen purussa käytettiin haastateltavien suoria lainauksia oikean asiayhteyden kohdalla. Myös muu materiaali, kuten Palvelumuotoilukurssin yrittäjähaastattelut, ideointityöpajan tulokset sekä haastatteluista kieltäytyneiden vastaukset on arkistoitu ja luetteloitu. Näin varmistettiin tutkimuksen luotettavuus tutkimusmateriaalin osalta.

Vaikka opinnäytetyö tehtiin Verohallinnon toimeksiantona, oli tutkimus mahdollista tehdä itsenäisesti ja ilman Verohallinnon vaikuttimia. Päinvastoin Verohallinto tuki opinnäytetyön tekemistä antamalla mahdollisuuden osallistua heidän omiin työpajoihin ja siten lisätä ymmärrystä arvonlisäverosta ja arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksesta. Sain heiltä myös tarvittaessa apua ja tukea tutkimuksen aikana syntyneisiin kysymyksiin. Tekemässäni arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessissa otettiin huomioon Verohallinnossa ilmennyt näkemys, että hakijoiden on vaikea hahmottaa eri toimijoiden vastuualueet.

Opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään mitkä tekijät vaikuttavat ihmisten päätöksiin arvonlisäveron ulkomaalaispalautushaussa pk-yrityksissä ja näin auttamaan helpottamaan aloittavien yrittäjien päätöksentekoa. Vaikka tutkimus käsittää marginaalisen aihealueen, arvonlisäveron ulkomaalaishaun, siinä tapahtuvia päätöksenteon ilmiöitä on nähtävissä myös muunlaisessa toimintaympäristössä.

Opinnäytetyössä ei ollut mahdollisuutta tutkia käytännössä tuuppauksen, visuaalisen arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessikaavion, toimivuutta. Olisi kiinnostavaa tietää, että edesauttaako prosessikaavio erityisesti uusia yrittäjiä hahmottamaan arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessia paremmin. Myös visuaalisen prosessikaavion jatkokehittäminen uudella näkökulmalla hyödyntäen informaatiomuotoilun keinoja voisi tuoda lisäarvoa kaavion esitysmuotoon nykyisestä. Nämä olisivat mielenkiintoisia jatkotutkimuksen kohteita.

Lähteet

Painetut

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. uudistettu painos. Riika: Vastapaino.

Ambrose, G. & Harris, P. 2016. Design thinking for visual communication. 2nd edition. London: Bloomsbury Publishing.

Ariely, D. & Kreisler, J. 2017. Dollars and Sense. E-kirja. HarperCollins.

Belsky, G. & Gilovich, T. 2009. Why smart people make big money mistakes and how to correct them. E-kirja. New York: Simon & Schuster.

Black, A., Luna, P., Lund, O. & Walker, S. (ed.). 2017. Information Design: Research and Practice. E-kirja. Routledge.

Bovée, C.L. & Thill, J.V. 2012. Business Communication Today. Eleventh Edition. Global Edition. Essex: Pearson Education.

Chen, C. 2006. Information Visualization Beyond the Horizon. 2nd edition. London: Springer-Verlag.

Cialdini, R. 2007. Influence - The Psychology of Persuasion. New York: Collins.

Davis, M. & Hunt, J. 2017. Visual communication design. E-kirja. Bloomsbury Publishing.

Dirksen, J. 2016. Design for how people learn. 2nd edition. E-kirja. New Riders Publishing.

Dunn, E. & Norton, M. 2013. Happy Money. The New Science of Smarter Spending. E-kirja. London: Oneworld Publications.

Durkheim, E. 1960. De la division du travail social, 7th edition.

Gesteland, R.R. 2003. Cross-cultural business behavior: marketing, negotiating and managing across cultures. 3rd ed., 2. impr. E-kirja. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.

Gjerstad, E. 2015. Näin vaikutat. Jyväskylä: Docendo.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 8. painos. Jyväskylä: Vastapaino.

Franklin, B. 1820. Advice to a Young Tradesman. E-kirja. Näköispainos. Google.

Hakapää, S., Huhtala, H., Johansson, A., Lindholm, M. & Paavolainen, J. 2016. Kansainvälinen arvonlisäverotus. Helsinki: Kauppakamari.

Hall, E.T. 1959. The Silent Language. New York: Doubleday & company.

Hall, E.T. 1990. The Hidden Dimension. United States: Anchor Books Editions.

Halpern, D. 2015. Inside the Nudge Unit. E-kirja. Ebury Press.

Hammond, C. 2016. Mind Over Money. The Psychology of Money and How to Use It Better. E-kirja. HarperCollins.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2006. Tutkimushaastattelu. 4. painos. Helsinki: Yliopistopaino.

- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 18. painos. Porvoo: Tammi.
- Huttunen, M. 2016. Värit pintaa syvemmältä. 3. täydennetty painos. E-kirja. Books on Demand.
- Hyttinen, P. & Klemola, A. 2014. Kansainvälisen kaupan arvonlisäverotus. 2. uudistettu painos. Porvoo: KHT-Media.
- Jokinen, M., Klemola, A. & Takalo, T. 2015. Käytännön arvonlisäverotus. Helsinki: ST-Akatemia.
- Kahneman, D. 2011. Thinking fast and slow. E-kirja. Farrar, Straus and Girou.
- Kahneman, D. 2012. Ajattelu nopeasti ja hitaasti. Helsinki: Terra Cognita.
- Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyössä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Katz, J. 2012. Designing Information: Human Factors and Common Sense in Information Design. E-kirja. New York: John Wiley & Sons.
- Kniivilä, S., Lindblom-Yläne, S. & Mäntynen, A. 2017. Tiede ja teksti: tehoa ja taitoa tutkielman kirjoittamiseen. 3. uudistettu painos. E-kirja. Gaudeamus.
- Koponen, J., Hildén, J. & Vapaasalo, T. 2016. Tieto näkyväksi. Informaatiomuotoilun perusteet. Helsinki: Aalto-yliopisto.
- Krug, S. 2006. Älä pakota minua ajattelemaan: tervejärkinen käsitys web-käytettävyydestä. Helsinki: Readme.
- Meirelles, I. 2013. Design for Information: An Introduction to the Histories, Theories and Best Practices Behind Effective Information Visualizations. E-kirja. Rockport Publishers.
- Metsämuuronen, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia-sarja 4. 2. tarkistettu painos. Helsinki: International Methelp.
- Ojala, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. 3. uudistettu painos. Helsinki: SanomaPro.
- Pettersson, R. 2011. Information Design. Vol. 1: Message Design. E-kirja. Institute of Infology.
- Pettersson, R. 2011a. Information Design. Vol. 2: Text Design. E-kirja. Institute of Infology.
- Pettersson, R. 2016. Information Design. Vol. 6: Cognition. E-kirja. Tullinge: Institute of Infology.
- Salonen, E. 2017. Intuitio ja tunteet johtamisen ytimessä. Helsinki: Alma Talent.
- Salonen, V. & Toikkanen, P. 2015. Selittävä tekijä. Jyväskylä: Docendo.
- Schwartz, B. 2009. The Paradox of Choice. Why more is less. E-kirja. HarperCollins.
- Seppänen, J. 2008. Katseen voima. E-kirja. Tampere: Vastapaino.
- Sirpoma, P. & Tannila, E. 2014. Arvonlisäverotus käytännönläheisesti. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Soman, D. 2017. *The Last Mile. Creating Social and Economic Value from Behavioral Insights*. Toronto: University Toronto Press.

Stickdorn, M., Hormess, M. Lawrence, A. & Schneider, J. 2018. *This is Service Design Doing*. E-kirja. O'Reilly Media.

Thaler, R.H. & Sunstein, C.R. 2008. *Nudge. Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*. E-kirja. London: Penguin Books.

Trompenaars, F. & Hampden-Turner, C. 1997. *Riding the Waves of Culture*. 2nd edition. London: Nicholas Brealey Publishing.

Trompenaars, F. & Woolliams, P. 2003. *Business across cultures*. Chichester: Capstone Publishing.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Weinschenk, S. 2011. *100 things every designer needs to know about people*. E-kirja. Berkley: New Riders.

Vilkkä, H. 2015. *Tutki ja kehitä*. 4. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Ware, C. 2008. *Visual thinking for design*. E-kirja. Burlington, Mass.: Morgan Kaufmann cop.

Ware, C. 2013. *Information visualization: perception for design*. 3rd edition. E-kirja. Waltham: Morgan Kaufmann.

Verotieto. 2018. *Yrityksen verotietopaketti*. Helsinki: Verotieto.

Zimbardo, P. & Boyd, J. 2010. *The Time paradox*. E-kirja. London: Rider.

Äärilä, L., Nyrhinen, R., Hyttinen, P. & Lamppu, K. 2017. *Arvonlisäverotus käytännössä*. 11. uudistettu painos. E-kirja. Helsinki: Alma.

Artikkelit

Ariely, D. & Wertenbroch, K. 2002. Procrastination, deadlines and Performance: Self-Control by Precommitment. *American Psychological Society*. Vol. 13, No. 3, May 2002.

Arkes, H.R. & Blumer, C. 1985. The Psychology of sunk costs. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 3, 124-140.

Carmon, Z. & Ariely, D. 2000. Focusing on the Forgone: How Value Can Appear So Different to Buyers and Sellers. *Journal of Consumer Research, Inc.* Vol. 27, December 2000.

DeVoe, S.E. & Pfeffer, J. 2006. When time is money: The effect of hourly payment on the evaluation of time. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 104 (2007) 1-13.

DeVoe, S.E. & Pfeffer, J. 2011. Time is tight: How higher economic value of time increases feelings of time pressure. *Journal of Applied Psychology* 96, No. 4 (July 2011): 665-76.

Brehm, J.W. 1956. Postdecision changes in the desirability of alternatives. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 52, No. 3, 384-389.

- Chapman, S., Wong, W.L. & Smith, W. 1993. Self-exempting beliefs about smoking and health: Differences between smokers and ex-smokers. *American Journal of Public Health*, 83(2), 215-219.
- Frederick, S., Loewenstein, G. & O'Donoghue, T. 2002. Time discounting and time preference: A critical review. *Journal of Economic Literature*, 40, 351-401.
- Frederick, S., Novemsky, N., Wang, J., Dhar, R. & Nowlis, S. 2009. Opportunity cost neglect. *Journal of Consumer Research* 36, No. 4(2009): 553-561.
- Gino, F. & Mogilner, C. 2014. Time, Money and Morality. *Psychological Science* 25, no. 2 (February 24); 414-421.
- Gourville, J. 2006. Eager Sellers and Stony Buyers: Understanding the Psychology of New Product Adoption. *Harvard Business Review*. June 2006. 99-106.
- Güth, W., Schmittberger, R. & Schwarze, B. 1982. An experimental analysis of ultimatum bargaining. *Journal of Economic Behavior and Organization* 3: 367-388.
- Heinonen, K., Strandvik, T., Mickelsson, K.-J., Edvardsson, B., Sundström, E. & Andersson, P. 2010. A Customer-dominant logic of service. *Journal of Service Management*, 21 (4) 531-548.
- Heyman, J., Orhun, Y. & Ariely, D. 2004. Auction Fever: The Effect of Opponents and Quasi-Endowment on Product Valuations. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 18, No. 4, Autumn 2004.
- Iyengar, S.S. & Lepper, M.R. 2000. When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *The Journal of Personality and Social Psychology*, 2000, Vol. 79, No. 6, 995-1006.
- Jarcho, J., Berkman, E., & Lieberman, M.D. 2010. The neural basis of rationalization: Cognitive dissonance reduction during decision-making. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 6, 460-467.
- Johnson, E.J., Shu, S.B., Dellaert, B.G.C, Fox, C.R., Goldstein, D.G. Häubl, G., Larrick, R.P., Payne, J.W., Peters, E., Schkade, D., Wansink, B. & Weber E.U. 2012. Beyond Nudges: Tools of a Choice Architecture. *Marketing Letters*, 23, 487-504.
- Harmon-Jones, E. & Harmon-Jones, C. 2007. Cognitive dissonance theory after 50 years of development. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38 (1), 2007, 7-16.
- Kahneman, D. 2003. A Perspective on Judgment and Choice. Mapping Bounded Rationality. *American Psychologist*. Vol. 58, No. 9, 697-720.
- Kahneman, D., Knetsch, J.L. & Thaler, R.H. 1990. Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem. *Journal of Political Economy*. 98, No. 6, 1325-1348.
- Kahneman, D. & Tversky, A. 1972. Subjective probability: A judgement of representativeness. *Cognitive Psychology*, 3, 430-454.
- Kahneman, D. & Tversky, A. 1979. Prospect Theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- Kahneman, D. & Tversky, A. 1982. The Psychology of preference. *Scientific American*, 246, 160-173.
- Laibson, D. 1997. Golden eggs and hyperbolic discounting. *Quarterly Journal of Economics*, 112, 443-477.

- Levin, I.P., Schneider, S.L. & Gaeth, G.J. 1998. All frames are not created equal: A Typology and critical analysis of framing effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76, 149-188.
- Ly, K., Mažar, N. & Soman, D. 2013. *A Practitioner's Guide To Nudging*. Rotman school of Management. University of Toronto.
- Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E. & Zhao, J. 2013. Poverty Impedes Cognitive Function. *Science Magazine*. 30 August 2013: Vol. 341 no. 6149 pp. 976-980.
- Moore, D.A. & Healy, P.J. 2008. The trouble with overconfidence. *Psychological Review*. 115 (2), 502-517.
- Most, S.B., Simons, D.J., Scholl, B.J., Jimenez, R., Clifford, E., & Chabris, C.F. 2000. How not to be seen: The contribution of similarity and selective ignoring to sustained inattentional blindness. *Psychological Science*, 12, 9-17.
- Nickerson, R.S. 1998. Confirmation bias: A Ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2, 175-220.
- Paivio, A. 1991. Dual coding theory. Retrospect and current status. *Canadian Journal of Psychology* 45:3, 25-287.
- Payne, J.W. & Bettman, J.R. 1996. When time is money: Decision behavior under opportunity-cost time pressure. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 66, No. 2, May, pp. 131-152, 1996.
- Prelec, D. & Loewenstein, G. 1998. The Red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing Science* 17, no. 1, 1998: 4-28.
- Prelec, D. & Simester, D. 2001. Always leave home without it: A Further investigation of the credit-card effect on willingness to pay. *Marketing Letters*. 12(1), 5-12.
- Raghubir, P. & Srivastava, J. 2008. Monopoly money: The Effect of payment coupling form on spending behavior. *Journal of Experimental Psychology: Applied* 2008, Vol. 14, No. 3, 213-225.
- Rensink, R.A, O'Regan, J.K., & Clark, J.J. 1997. To see or not to see: The need for attention to perceive changes in scenes. *Psychological Science*, 8, 368-373.
- Rosin, P. & Royzman, E.B. 2001. Negativity bias, negativity dominance and contagion. *Personality and Social Psychology Review*. 2001. Vol. 5, No. 4, 296-320.
- Samuelson, W. & Zeckhauser, R.J. 1988. Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 7-59.
- Scott, P.J. & Lizieri, C. 2012. Consumer house price judgements: New evidence of anchoring and arbitrary coherence. *Journal of Property Research* 29, 49-68.
- Simon, H.A. 1955. A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 1955, 69, no. 1, 99-118.
- Simon, H.A. 1956. Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review* 63(2), 129-138.
- Simons, D.J., & Chabris, C.F. 1999. Gorillas in our midst: Sustained inattentional blindness for dynamic events. *Perception*, 28, 1059-1074.

- Simons, D.J., Franconeri, S.L. & Reimer, R.L. 2000. Change blindness in the absence of visual disruption. *Perception*, 29, 1143-1154.
- Soman, D. 2001. The mental accounting of sunk time costs: why time is not like money. *Journal of Behavioral Decision Making*; Jul 2001; 14, pg. 169-185.
- Stanovich, K. E., & West, R. F. 2000. Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate. *Behavioral and Brain Sciences*, 23, 645-665.
- Sunstein, C.R. 2014. *Nudging: A Very Short Guide*. Journal of Consumer Policy. New York. Springer Science+Business Media, 583–588.
- Thaler, R.H. 1985. Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, Vol. 4, No. 3 (Summer, 1985), pp. 199-214.
- Thaler, R.H. 1999. Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, 183-206.
- Thaler, R.H. 2000. From homo economicus to homo sapiens. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 14, No. 1, 133-141.
- Thaler R.H., & Benartzi S. 2004. Save More Tomorrow Program: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*, 112(1): 164-187.
- Thaler, R.H. & Johnson, E.J. 1990. Gambling with the house money and trying to break even: The Effects of prior outcomes on risky choice. *Management Science*, Vol. 36, Issue 6 (Jun. 1990), 643-660.
- Tversky, A. & Kahneman, D. 1974. Judgement under uncertainty. *Heuristics and biases*. *Science (New Series)*, 186, 1124-1131.
- Tversky, A. & Kahneman, D. 1991. Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 106, No. 4 Nov. 1991, 1039-1061.

Sähköiset

- Ahtokivi, I. 2016. Suomalaisyrietykset jättävät hakematta alv-palautuksia miljoonia euroja. Luettu 11.5.2018. <https://www.verkkouutiset.fi/suomalaisyrietykset-jattavat-hakematta-alv-palautuksia-miljoonia-euroja-46751/>
- Behavioral Insights Team. 2015. EAST. Four simple ways to apply behavioral insights. http://www.behaviouralinsights.co.uk/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf
- Cashback. 2018. ALV-takaisin haku. Luettu 28.4.2018. <http://www.cashback.fi/fi/alv-palautukset/>
- Cashback. 2018a. Cashback alv-tilukko 2018. Viitattu 15.8.2018. <http://www.cashback.fi/wp-content/uploads/2018/03/Palautustaulukko-2018-.pdf>
- DeVoe, S.E. & House, J. 2011. Time, money and happiness: How does putting a price on time affect your ability to smell the roses? *Journal Of Experimental Social Psychology*. doi: 10.1016/j.jesp.2011.11.012. Viitattu 2.7.2018. <https://www-2.rotman.utoronto.ca/fac-bios/file/DeVoe%20and%20House,%20JESP.pdf>

Edilex. 2010. Arvonlisäveron palauttaminen toiseen EU-maahan sijoittautuneelle elinkeinonharjoittajalle 1.1.2010 alkaen. 1.7.2010. Päivitetty Arvonlisäverokantojen muutos 1.1.2013. Viitattu 11.4.2018. https://www.edilex.fi/verohallinnon_ohjeet/tiedote2010_0103.html

EUR-Lex. 2008. Neuvoston direktiivi 2008/9/EY. Viitattu 10.6.2018. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/ALL/?uri=CELEX:32008L0009&qid=1431509487670>

Ec.europa.eu. 2018. EU country specific information on VAT. Viitattu 24.6.2018. https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/eu-country-specific-information-vat_en

Europa.eu. 2018. Alv:n palautukset EU:n yrityksille. Päivitetty 4.4.2018. Viitattu 11.4.2018. https://europa.eu/youreurope/business/vat-customs/refund/eu-businesses/index_fi.htm

Haushofer, J. 2011. Neurobiological poverty traps. University of Zürich. Viitattu 18.8.2018. https://www.princeton.edu/haushofer/publications/Haushofer_2011.pdf

Huuhko, E. & Saintula, T. 2018. Vain joka toinen yritys toimii viiden vuoden päästä - Tulevat yrittäjät harjoittelevat yrityksen lopettamista. Viitattu 30.4.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-10028067>

Intrum Justitia. 2016. Ulkomaille maksetut alvit makaavat yritysten kirjanpidossa. Viitattu 15.4.2018. <https://www.sttinfo.fi/tiedote/ulkomaille-maksetut-alvit-makaavat-yritysten-kirjanpidossa?publisherId=3328&releaseId=41055802>

Intrum. 2016. Rekisteröidy rohkeasti - Alv ei ole peikko Euroopassakaan. Viitattu 18.4.2018. https://www.intrumlehti.fi/puhtia_bisnekseen/rekisteroidy-rohkeasti-alv-ei-ole-peikko-euroopassakaan/

Karlsson, N. Loewenstein, G. & Seppi, D. 2005. The 'Ostrich Effect': Selective attention to information about investments. Viitattu 20.8.2018. <https://weatherhead.case.edu/departments/banking-and-finance/documents/seppipaper.pdf>

Kuljetus & logistiikka. 2011. Yrityksiltä jää vuosittain kymmeniä miljoonia euroja maailmalle hakemattomina alv-palautuksina. Viitattu 18.4.2018. <http://www.kuljetusjalogistiikka.com/2011/01/23/yrityksilta-jaa-vuosittain-kymmenia-miljoonia-euroja-maailmalle-hakemattomina-alv-palautuksina/>

Muhonen, T. & Sirén, I. 2018. Monia suomalaisia odottaa eläkkeellä ikävä yllätys - Katso HS:n laskurista, millainen eläke sinulle on tulossa. Viitattu 1.8.2018. <https://www.hs.fi/talous/art-2000005768254.html>

Niemi, K. 2006. Miljoonia alv-euroja jää hakematta. 1.3.2006. Viitattu 18.4.2018. <https://www.tekniikkatalous.fi/tyoelama/2006-03-01/Miljoonia-euroja-alv-palautuksia-j%C3%A4%C3%A4-hakematta-3293343.html>

Päivän lehti. 2018. Päivän sitaatti: Aika on rahaa. Viitattu 12.6.2018. <https://www.paivanlehti.fi/paivan-sitaatti-aika-on-rahaa/>

Talousplus. 2017. Muista hyödyntää ulkomaiden alv-palautukset. Viitattu 28.4.2018. <https://www.talousplus.fi/blogi/muista-hyodyntaa-ulkomaiden-alv-palautukset/>

Taloussanommat. 2016. Yksinkertainen keino toisi lisärahaa yrityksille. Luettu 27.4.2018. <https://www.is.fi/taloussanommat/art-2000001903967.html>

Print&Media. 2009. Yrityksillä saatavia ulkomailla. Viitattu 15.5.2018. <https://pmllehti.fi/uutiset/toimiala/yrityksill%C3%A4-saatavia-maailmalla/>

Soll, J.B., Milkman, K.L. & Payne, J.W. 2015. Outsmart your own biases. Harvard Business review. May 2015. Viitattu 27.7.2018. https://static1.squarespace.com/static/5353b838e4b0e68461b517cf/t/5596a302e4b00d130d53dc31/1435935490379/2015_HBR.pdf

Verohallinto. 2009. Ulkomaalaispalautukset verkossa -demo. Viitattu 11.4.2018. <https://prosentti.vero.fi/demo/ALVEU/fi/>

Verohallinto. 2011. Ulkomaalaispalautus. Viitattu 27.7.2018. https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/arvonlisaverotus/ulkomaankaupan_arvonlisaverotus/ulkomaalaispalautu/

Verohallinto. 2013. Arvonlisäveron palauttaminen suomalaiselle elinkeinonharjoittajalle muista EU-maista. 19.12.2013. Viitattu 11.4.2018. https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48309/arvonlisaveron_palauttaminen_suomalaise2/

Verohallinto. 2015. Verohallinnon strategia 2013-2018. Viitattu 6.6.2018. https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/verohallinnon_esittely/verohallinnon_strategia_2013201/

Verohallinto. 2016. Vuosikertomus. Viitattu 6.6.2018. <http://verohallinto-vuosikertomus-2016.vero.fi/>

Verohallinto. 2017. Arvonlisäverotus. Päivitetty 2.1.2017. Viitattu 11.4.2018. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/arvonlisaverotus/>

Verohallinto. 2017a. Arvonlisäveron palauttaminen toiseen EU-maahan sijoittautuneelle elinkeinonharjoittajalle. Luettu 8.4.2018. https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48168/arvonlisaveron_palauttaminen_toiseen_eu2/

Verohallinto. 2018. Lisätietoa palvelusta ALVEU. Viitattu 5.5.2018. https://www.vero.fi/sahkoiset-asiointipalvelut/alveu-palvelu/lisatietoa-palvelusta/?contentid=7025&%20culture=fi-fi&contentlan=1#_ALVEU_-palvelun%20vaiheet

Julkaisemattomat

B., J. 2018. Puhelinhaastattelu Verohallinnon työpajan yhteydessä. 28.5.2018.

C., T. 2018. Kirjanpitäjän puhelinhaastattelu. 6.7.2018.

K., R. 2018. Yrittäjän puhelinhaastattelu. 6.7.2018.

K., S. 2018. Puhelinhaastattelu Verohallinnon työpajan yhteydessä. 29.5.2018.

K., N. 2018. Kirjanpitäjän puhelinhaastattelu. 4.7.2018.

L., S. 2018. Yrittäjän puhelinhaastattelu. 3.7.2018.

M., J. 2018. Kirjanpitäjän puhelinhaastattelu. 3.7.2018.

Nikkilä, N. 2014. Ulkomaisen arvonlisäveron palautusmenettely ja sen haasteet. Pro Gradututkielma. Helsingin Yliopisto.

P., A. 2018. Yrittäjän puhelinhaastattelu. 4.7.2018.

Verohallinnon asiantuntija A. 2018. Sähköpostikeskustelu Verohallinnon asiantuntijan A kanssa. 8.8.2018.

Verohallinnon asiantuntija B. 2018. Sähköpostikeskustelu Verohallinnon asiantuntijan B kanssa. 9.8.2018.

Kuviot

Kuvio 1: Tutkimuksellinen viitekehys	10
Kuvio 2: Visuaalisia keinoja tiedon kuvaamiseen. (Muhonen & Sirén 2018)	34
Kuvio 3: Kuvion erottuminen taustasta laki. (Black ym. 2017, 429.)	37
Kuvio 4: Läheisyyden laki. (Koponen ym. 2016, 92)	37
Kuvio 5: Samankaltaisuuden laki. (Koponen ym. 2016, 92)	38
Kuvio 6: Kontrastiperiaate. (Pettersson 2011, 128.)	38
Kuvio 7: Ryhmittelyn laki. (Black ym. 2017, 433.)	39
Kuvio 8: Yhteisen liikkeen laki. (Koponen ym. 2016, 92)	39
Kuvio 9: Hyvän jatkon laki eli jatkuvuuden laki. (Black ym. 2017, 432.)	39
Kuvio 10: Sulkeutuvuuden laki. (Koponen ym. 2016, 93)	40
Kuvio 11: Keskenään sekoittuvia merkkejä ja kirjainpareja. (Koponen ym. 2016, 275.)	41
Kuvio 12: Pistekoko ja muita typografisia käsitteitä. (Koponen ym. 2016, 270.)	41
Kuvio 13: x-korkeus. (Koponen ym. 2016, 271.)	42
Kuvio 14: Kirjoitetun tekstin luettavuus eri tavoin tarkasteltuna (Koponen ym. 2016, 281.) ..	42
Kuvio 15: Vuosiluvut pysty- ja vaakasuunnassa. (Koponen ym. 2016, 281)	43
Kuvio 16: Palvelukeskeinen ja asiakaskeinen logiikka arvonlisäveron ulkomaalaispalautuksessa (mukaillen Heinonen ym. 2010.)	46
Kuvio 17: Gjerstadin vaikuttamiskolmio (mukaillen Gjerstad 2015, 24)	47
Kuvio 18: Tuuppausprosessin eteneminen. (Ly ym. 2013)	49
Kuvio 19: Kehittämistyön etenemisen kuvaus	55
Kuvio 20: Vastausten jakautuminen työpajan kysymykseen: Miten haluatte rahat takaisin? ..	60
Kuvio 21: Vastausten jakautuminen työpajan kysymykseen: Mitä tunteita muutos herättää? .	61
Kuvio 22: Työpajan osallistujien kommentteja palautuksen odotukseen.	61
Kuvio 23: Työpajan osallistujien listaamat ajatusharhat	62
Kuvio 24: Tilitoimistojen vastausten jakautuminen	64
Kuvio 25: Arvonlisäveron ulkomaalaishakuprosessi hakijan näkökulmasta	80

Liitteet

Liite 1: EU-maiden soveltamat arvonlisäverokannat (Lähde: Europa.eu 2018.)	99
Liite 2: Teemahaastattelurunko	100

Liite 1: EU-maiden soveltamat arvonlisäverokannat (Lähde: Europa.eu 2018.)

Jäsenmaa	Maa-koodi	Yleinen verokanta	Alennettu verokanta	Poikkeuksellisen alhainen verokanta	Siirtymäkauden verokanta
Itävalta	AT	20	10 / 13	-	13
Belgia	BE	21	6 / 12	-	12
Bulgaria	BG	20	9	-	-
Kypros	CY	19	5 / 9	-	-
Tšekki	CZ	21	10 / 15	-	-
Saksa	DE	19	7	-	-
Tanska	DK	25	-	-	-
Viro	EE	20	9	-	-
Kreikka	EL	24	6 / 13	-	-
Espanja	ES	21	10	4	-
Suomi	FI	24	10 / 14	-	-
Ranska	FR	20	5,5 / 10	2,1	-
Kroatia	HR	25	5 / 13	-	-
Unkari	HU	27	5 / 18	-	-
Irlanti	IE	23	9 / 13,5	4,8	13,5
Italia	IT	22	5 / 10	4	-
Liettua	LT	21	5 / 9	-	-
Luxemburg	LU	17	8	3	14
Latvia	LV	21	12	-	-
Malta	MT	18	5 / 7	-	-
Alankomaat	NL	21	6	-	-
Puola	PL	23	5 / 8	-	-
Portugali	PT	23	6 / 13	-	13
Romania	RO	19	5 / 9	-	-
Ruotsi	SE	25	6 / 12	-	-
Slovenia	SI	22	9,5	-	-
Slovakia	SK	20	10	-	-
Iso-Britannia	UK	20	5	-	-

Liite 2: Teemahaastattelurunko

HAASTATTELURUNKO

1. Kertoisitko yrityksestä?
 - a. Toimiala ja palvelut
 - b. Milloin perustettu
 - c. Miten paljon työntekijöitä?

2. Kertoisitko arvonnäköavon ulkomaalaishakuprosessista
 - a. Miten kauan olette hoitaneet alv ulkomaalaishakemuksia?
 - b. Kuinka monesta maasta palautusta haetaan?
 - c. Haetaanko kaikista maista, joista on oikeutettu saamaan palautusta?
 - d. Kuka tekee palautushakemukset?
 - e. Haetaanko palautusta neljännesvuosittain vai vuosittain?
 - f. Milloin hakemus tehdään? Alkuvuodesta, syyskuussa, aina samaan aikaan vuodesta?
 - g. Miten paljon hakemuksia tehdään vuodessa?
 - h. Jos useammin, niin miten seuraatte 400 euron rajan täyttymistä?
 - i. Mistä asioista haetaan palautusta? Hankinnoista, matkoista, hotelli oista tms.?

3. Tiedon haku
 - a. Miten kauan hakemusten tekemiseen menee?
 - i. Tiedon haku
 - ii. ALVEU-palvelun hakemuksen täyttö
 - b. Miten usein tarkastetaan eri maiden koodit ja muut maakohtaiset tiedot?

4. Oletteko ratkaisseet tiedon hakuun tai prosessiin liittyviä haasteita?
 - a. oletteko luoneet omat ohjeet alv ulkomaalaishakemiseen
 - b. miten hoidatte tietojen päivityksen?
 - i. miten keräätte tiedon palautettavista arvonnäköavista?
 - ii. miten materiaali kerätään?
 - iii. Miten ja mistä keräätte ajankohtaisen tiedon eri maiden käytännöistä
 - iv. Kuinka usein tarkistatte tiedon paikkaansa pitävyyden

5. Maakohtaisia kysymyksiä
 - a. Missä maissa palautukset toimivat hyvin?
 - b. Missä maissa palautusprosessissa on ongelmia?
 - c. Mistä tulee lisäselvityspyynnöitä
 - d. Missä vaaditaan alkuperäistä kieltä
 - e. Missä ei hyväksytä edustajaa

6. Kielteinen päätös ja lisäselvitykset
 - a. Saatteko paljon hylsyjä?
 - b. Mistä syystä hylsyt tulevat?
 - c. Mistä maista?
 - d. Vaikuttaako lisäselvitys hakemiseen?
 - e. Ovatko lisäselvitykset olleet haasteellisia? Miksi?

7. Mitkä tekijät vaikuttavat hakemuksen tekemiseen?
 - a. Mitkä seikat vaikuttavat siihen, että hakemus kannattaa/ei kannata? Miksi?
 - b. Minkä suuruisia hakemuksia teette? Mikä on pienin summa, jota haette?
 - c. Vaikuttaako maa hakemispäätökseen? (kieli, edustajakielto, palautus kesittää tms.)
 - d. Mikä estää hakemuksen tekemisen?
8. Minkälaiseksi koette alv ulkomaalaishakemisprosessin?
 - a. Mikä siinä on haasteellista?
 - b. Mitä parantaisitte?
 - c. Onko hakemusten aikataulutus vaikeaa?
 - d. Miten haluaisitte hoitaa ulkomaalaishakemusprosessin?
 - e. Mitä tietoa haluaisitte ulkomaalaishakemuksista? Miten?
 - f. Miten haluaisitte tietoa alv ulkomaalaispalautuksista?
 - g. Mitä tietoa olisitte kaivanneet alv ulkomaalaispalautusprosessista, kun aloittitte tekemään hakemuksia?
 - h. Onko prosessin hahmottamisessa ollut haasteita? Jos on, mikä helpottaisi?
 - i. Miten helposti olette tavoittaneet oikeat tahot, joilta tietoa on kysyttävä?